
LÜNEBURGER BEITRÄGE ZUR
GRÜNDUNGSFORSCHUNG

**Unternehmerische Motivation und
Wiedergründungsbereitschaft**

Eine empirische Untersuchung deutscher Unternehmensneugründungen
in der Frühentwicklungsphase

Stefanie Pakura

Universität Lüneburg
Institut für Unternehmensentwicklung
Lehrstuhl Gründungsmanagement

Diskussionspapier Nr. 10

Juli 2015

www.leuphana.de/professuren/gmlg/forschung/diskussionspapiere.html

ISSN 1862-989X

DISKUSSIONSPAPIER



Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	III
Tabellenverzeichnis.....	III
Zusammenfassung	IV
1. Motivation	1
2. Der Einfluss unternehmerischer Motivation auf die Wiedergründungsbereitschaft.....	3
3. Empirische Untersuchung	9
3.1 Datenbasis.....	9
3.2 Operationalisierung der Variablen.....	10
4. Empirische Analyse.....	13
5. Schlussbetrachtung.....	23
6. Literaturverzeichnis.....	27
Anhang	32

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zusammenhang intrinsische Motivation, Unternehmensalter und WGB.....	5
Abbildung 2: Zusammenhang extrinsische Motivation, Unternehmensalter und WGB	6
Abbildung 3: Modell.....	8
Abbildung 4: Vorhergesagte Wahrscheinlichkeiten WGB differenziert nach intrinsischer und extrinsischer Motivation und Motivationstypen.....	16
Abbildung 5: Vorhergesagte Wahrscheinlichkeiten WGB. Interaktion intrinsische Motivation und Unternehmensalter.....	18
Abbildung 6: Marginale Effekte differenziert nach intrinsischer und extrinsischer Motivation	19
Abbildung 7: Vorhergesagte Wahrscheinlichkeiten WGB. Interaktion extrinsische Motivation und Unternehmensalter.....	20

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Stichprobenmerkmale, N = 1.322.....	9
Tabelle 2: Logit-Schätzung	15
Tabelle 3: Probit- und Relogit-Schätzung	22

Zusammenfassung

Die vorliegende Studie untersucht den Einfluss der unternehmerischen Motivation auf die Wiedergründungsbereitschaft unter Berücksichtigung des Effekts des Unternehmensalters. Die Wiedergründungsbereitschaft impliziert dabei eine zusammenfassende Bewertung der nachhaltigen Zufriedenheit des Gründers mit der Selbstständigkeit. Unter Verwendung eines großzahligen Datensatzes von 1.332 Neugründungen in Deutschland werden unternehmerische Motivation und unterschiedliche Motivationstypen im Zeitverlauf betrachtet und deren Auswirkungen auf die Bereitschaft von Existenzgründern, erneut zu gründen, untersucht. Die Ergebnisse liefern erste detaillierte empirische Evidenzen dafür, dass der Einfluss unternehmerischer Motivation auf die Wiedergründungsbereitschaft im Zeitverlauf variiert. Es kann gezeigt werden, dass der Einfluss intrinsischer Motivationsfaktoren auf die Wiedergründungsbereitschaft in der Start- und Gründungsphase am stärksten ist, aber im Laufe der Unternehmensentwicklung immer mehr nachlässt. Im Laufe der Nachgründungsphase hat intrinsische Motivation durchgängig geringeren Einfluss auf die Wiedergründungsbereitschaft als extrinsische Motivation. Extrinsische Motivation erweist sich nach Gründung über die ganze Frühentwicklungszeit durchgehend als wichtigste Größe für die nachhaltige Zufriedenheit. Die empirische Analyse wendet Logitmodelle an, ergänzende Probit- und Relogit-Modelle bestätigen die Robustheit der Schätzergebnisse. Für detailliertere Analysen werden marginale Effekte und prognostizierte Wahrscheinlichkeiten im Zeitverlauf der Frühentwicklung berechnet.

Stichworte: Junge Unternehmen, Neugründung, Wiedergründungsbereitschaft, Motivation, Zufriedenheit, Unternehmensfrühentwicklung

JEL Klassifikation: L26, M13, L26, C51, D22

Abstract

The present study examines the impact of entrepreneurial motivation on the entrepreneurs' willingness to start the same business again by taking into account the effect of the start-ups' age. The willingness to start the same business again thereby implies the entrepreneur's overall satisfaction with his or her self-employment. Using a large sample of 1,332 start-ups in Germany, the study analyzes entrepreneurial motivation and different kinds of motivation over time in the context of the start-up's early development and investigates their effects upon the entrepreneurs' willingness to re-establish. The findings provide detailed empirical evidence that the impact of entrepreneurial motivation on the entrepreneurs' willingness to redo it varies over time. It can be shown that the influence of intrinsic motivators is the strongest in the starting-up stage, but declines with time during the venture's development. Furthermore, the study finds that intrinsic motivation compared to extrinsic motivation has a less strong impact on the willingness to re-establish once the new venture is launched. After launching extrinsic motives show both a higher and key influence on the entrepreneurs' willingness to start the same business again for the entire early development period of the start-up. Results were calculated using logit models. Complementary probit- and relogit models confirm the robustness of the estimation results. Besides logit coefficients, marginal effects and predicted probabilities over the time of the new venture development are used for a more detailed analysis.

Keywords: new ventures, start-up, willingness of re-establishing, motivation, satisfaction, new venture early development

JEL classification: L26, M13, L26, C51, D22

1. Motivation

Wiedergründungsbereitschaft (WGB) adressiert die Neigung des Gründers, die Existenzgründung aus Sicht der Gegenwart noch einmal durchführen und die vormalig getroffene Gründungsentscheidung wiederholen zu wollen. Abgezielt wird dabei auf eine *zusammenfassende Bewertung* und *nachhaltige Einschätzung* der eigenen *Selbstständigkeitszufriedenheit* des Gründers (Schulte 2011; Pakura 2016). Allgemeiner Zufriedenheit mit der Leistung des eigenen Unternehmens kommt eine Schlüsselrolle für den Erfolg von Existenzgründungen zu (Cooper und Artz 1995). In der Literatur wird die Zufriedenheit des Gründers daher auch als Maß für den Erfolg der Existenzgründung herangezogen (Kohn und Ullrich 2012). Die Zufriedenheit des Gründers hat direkten Einfluss auf Entscheidungen, welche die Fortführung des neugegründeten Unternehmens, den Einsatz personeller Ressourcen oder aber Investitions- und Wachstumsentscheidungen betreffen (Cooper und Artz 1995; Baum et al. 2001; Westhead et al. 2005).

Die forschungsleitende Frage dieses Beitrages adressiert die WGB von Gründern, die sich mit einem ganz neuen Unternehmen als Vollerwerb selbstständig gemacht haben. Die Motivation des Gründers zu unternehmerischem Engagement und deren Einfluss auf die nachhaltige Zufriedenheit mit der Selbstständigkeit bilden dabei den Fokus der Studie. Ausgehend von der Beobachtung von Schulte (2011), dass in der Nachgründungsphase der Existenzgründung mit zunehmenden Unternehmensalter eine Desillusionierung des Gründers einsetzt, wählt die Studie die Perspektive der ganzheitlichen Betrachtung der gesamten Frühentwicklungsphase der Neugründung. Durch diese Zeitverlaufsbetrachtung wird es möglich, den Einfluss der unternehmerischen Motivation auf die WGB in Abhängigkeit vom Unternehmensalter differenziert zu untersuchen. Dabei wendet die Studie die Analyse von Logitmodellen und Interaktionstermen an. Der Beitrag zur Forschung ist dabei *vierfach*:

Erstens, im *inhaltlichen* Fokus der vorliegenden Studie steht die WGB der Existenzgründenden, eine Perspektive, die bisher noch nicht ausreichend adressiert und untersucht worden ist (Schulte 2011; Pakura 2016). Bisherige Studien adressieren das Konzept der Arbeitszufriedenheit von Selbstständigen (Bradley und Roberts 2004) oder die Abfrage der allgemeinen Lebenszufriedenheit und des subjektiven Wohlergehens des Existenzgründers (Hundley 2001; Binder und Coad 2013). Andere Studien beschränken sich auf die Untersuchung der Unterschiede in der Arbeitszufriedenheit zwischen abhängig Beschäftigten und Selbstständigen (Hundley 2001; Bradley und Roberts 2004; Hytti et al. 2013).¹ Mit der WGB als abhängige Variable im Fokus der Untersuchung wird ein Ansatz gewählt, der implizit auch bereits die Abwägung zwischen Einkommen, Arbeits- und Lebenszufriedenheit berücksichtigt,² gleichzeitig aber weniger von subjektiver Verzerrung der Selbstständigen beeinflusst ist, weil die Gründerperson nicht direkt nach Zufriedenheit gefragt wird. Der Fokus liegt in der Untersuchung einer breiteren allumfassenden Selbstständigkeitszufriedenheit, als ein Maß für eine zusammenfassende Bewertung der früher getroffenen Entscheidung mit der Selbstständigkeit. Die WGB kann dadurch auch im weiteren Sinne als breiterer Indikator für den zusammenfassenden subjektiven Erfolg der Existenzgründung eingesetzt werden.

¹ Eine Ausnahme stellt die Studie zu Determinanten der Zufriedenheit von Existenzgründern von Cooper und Artz (1995) dar, die sich allerdings auf die Abfrage der Zufriedenheit im dritten Jahr nach Gründung beschränkt.

² Mit der Selbstständigkeit gehen häufig auch längere Arbeitszeiten, erhöhter Stress auf Kosten von Freizeitgestaltung und gesundheitlichem Wohlergehen einher (Hyytinen und Ruuskanen 2007; Lewin-Epstein und Yuchtman-Yaar 1991).

Zweitens, durch eine ganzheitliche Betrachtung der *gesamten* Frühentwicklungsphase greift die Studie Erkenntnisse aus vorangegangener Forschung auf und erweitert diese. Frühere Studien beobachten im Laufe der Unternehmensfrühentwicklung mit zunehmendem Unternehmensalter eine zunehmende unternehmerische Desillusionierung (Schulte 2011; Pakura 2016). Die vorliegende Studie greift diesen Ansatz auf und ergänzt das Forschungsdesign um eine dynamische Perspektive: Der Einfluss des *Unternehmensalters* auf die Beziehung zwischen unternehmerischer Motivation und Zufriedenheit mit der Selbstständigkeit wird explizit im Modell integriert und detaillierter untersucht.

Drittens, die empirische Grundlage für die Analyse bildet eine *großzahlige Teilstichprobe* von 1.322 als Vollerwerb neu gegründeten Unternehmen aus dem Längsschnittdatensatz des „Gründungspanel Nordrhein-Westfalen (NRW)“ (vgl. Lambertz und Schulte 2013). Kennzeichnend für dieses Panel ist, dass ausschließlich die vollerwerbliche, existenztragende Selbstständigkeit erfasst und so Verzerrungen durch Neben- und Zusatzerwerbstätigkeiten vermieden werden. Im Mittelpunkt des Panels stehen die das Existenzgründungsgeschehen deutlich dominierenden Klein- und Kleinstgründungen (KKU). Durch diese inhaltliche Ausrichtung und dem Fokus auf die in Deutschland unter allen vollerwerblichen Gründungsprojekten dominierende Gründungsform der Unternehmensneugründung (79 %, vgl. Kohn und Spengler 2009) kommt der vorliegenden Studie die Überlegenheit besonders hoher Datenrelevanz für Klein Gründungen zu.

Viertens, mit der vorliegenden Studie wird zudem *methodisch* ein wichtiger Beitrag im Bereich der empirischen Gründungsforschung geleistet. Die meisten empirischen Studien, die Logitmodelle verwenden, beschränken sich auf die reine Darstellung von Tests statistischer Signifikanz. Die Studie nutzt neben Maßzahlen zur statistischen Signifikanz vor allem auch Instrumente, um die praktische Relevanz der Ergebnisse aufzuzeigen und differenziert zu interpretieren. Damit erfüllt sie nicht nur die Publikationsgrundsätze renommierter wissenschaftlicher Fachverbände (American Psychological Association 2009), sondern hat darüber hinaus eine methodische Pionierstellung im Bereich der empirischen Gründungsforschung. Durch die Fokussierung auf eine ausführliche methodische Darstellung bietet die Studie anderen Wissenschaftlern in diesem Forschungsfeld eine Orientierungshilfe zur differenzierten empirischen Analyse der untersuchten Hypothesen, die über die reine Interpretation der Richtung der statistischen Signifikanz von binär logistischen Modellen deutlich hinaus geht.

Der Schwerpunkt des Artikels liegt in der Methodik, dabei ist er wie folgt aufgebaut: Im *zweiten* Kapitel werden die forschungsleitenden Hypothesen anhand des Stands der Forschung skizziert. Dabei liegt der Fokus auf der Gründerperson und deren Motiven unternehmerischen Engagements, wobei nach der frühen und späteren Entwicklungsphase der Neugründungen differenziert wird. Im *dritten* Kapitel werden die Datenbasis und die Operationalisierung der Variablen für die empirischen Analysen beschrieben. Den Kern bildet das *vierte* Kapitel, in welchem die Methoden und Instrumente der empirischen Untersuchung vorgestellt und die Ergebnisse der multivariaten Analysen präsentiert und diskutiert werden. Ziel ist dabei eine über die reine Interpretation der Richtung der statistischen Signifikanz hinausgehende Ergebnispräsentation. Im abschließenden *fünften* Kapitel erfolgt eine Zusammenfassung und kritische Würdigung. Dabei werden Limitationen diskutiert und Implikationen für künftige Forschung, Theorie und Praxis aufgezeigt.

2. Der Einfluss unternehmerischer Motivation auf die Wiedergründungsbereitschaft

Nach Brandstätter (1997) sind Unternehmensneugründer nicht nur zufriedener als Unternehmensnachfolger, sondern schreiben den Erfolg bzw. Misserfolg auch eher ihren eigenen unternehmerischen Kompetenzen zu als den gegebenen wirtschaftlichen Bedingungen. Insbesondere bei Klein- und Kleinstunternehmen (KKU), die vom Gründer in eigener Verantwortung geführt werden, sind Bestandsfestigkeit und Erfolg der Neugründung maßgeblich vom Existenzgründer selbst und dessen Entscheidungen sowie dessen unternehmerischer Motivation abhängig (van Gelderen et al. 2000). In der Anfangsphase der Unternehmensgründung – aber auch darüber hinaus –, in der die Gründenden hohen Human- und persönlichen Finanzmitteleinsatz leisten müssen, dabei häufig länger arbeiten als in abhängiger Beschäftigung, gleichzeitig aber mehr Verantwortung tragen und einem höheren Risiko ausgesetzt sind (Andersson 2008; Gartner und Liao 2012) und sogar weniger verdienen (Hamilton 2000; Åstebro und Chen 2014), kann vermutet werden, dass gerade die motivationalen Treiber zu unternehmerischem Engagement von zentraler Bedeutung für die Entwicklung der neuen Unternehmen sind. Erst durch die Motivation zu unternehmerischem Handeln ist die Bereitschaft *zur Unternehmensgründung* gegeben. Um darüber hinaus das neue Unternehmen auf Dauer zu erhalten und am Markt zu etablieren, bedarf es einer anhaltenden unternehmerischen Motivation der Inhaberpersion auch *nach* der Gründung. Es ist anzunehmen, dass ferner die Bereitschaft *zur Wiedergründung* auch über die motivationalen Treiber zu unternehmerischem Handeln determiniert wird. Inhaberpersionen erklären sich demnach eher bereit, sich *wieder* für die Gründung zu entscheiden, wenn sie über die nötige Motivation – intrinsischer oder extrinsischer Art – angetrieben sind. Weiter werden zufriedene Gründer eher bereit sein, das Gründungsprojekt fortzuführen und sich darüber hinaus im Fall *nachhaltiger* Zufriedenheit mit der Selbstständigkeit *erneut* bereit erklären, den Weg in die berufliche Selbstständigkeit zu wählen. In der Literatur lassen sich Unabhängigkeit, Autonomie im eigenen Handeln und Abwechslung in den Tätigkeiten als zentrale Faktoren erkennen, die entscheidend zur Zufriedenheit von Selbstständigen beitragen (Hundley 2001, Benz und Frey 2008b, 2008a). Es wird angenommen, dass diese und weitere Faktoren auch in Zusammenhang mit der WGB stehen. Zur Untersuchung der Einflussfaktoren der WGB von Gründern wird der Fokus auf der *Gründerperson* und deren unternehmerischer Motivation im Kontext der Frühentwicklung der Gründung (Definition nach Lambert und Schulte 2013) liegen. Aufbauend auf der Literatur werden nachfolgend *vier* Forschungshypothesen herausgearbeitet.

Eine Reihe von Studien argumentieren, dass Selbstständige typischerweise höhere Level an Zufriedenheit aufweisen als abhängig Beschäftigte (Blanchflower et al. 2001; Hundley 2001; Benz und Frey 2004; Bradley und Roberts 2004, Andersson 2008, 2008; Lange 2012; Hytti et al. 2013). Ein Erklärungsansatz dafür bieten die nicht-monetären Anreize, die die Selbstständigkeit mit sich bringt: „sein eigener Chef zu sein“ und „zu tun, worauf man Lust hat“ (Hamilton 2000). In der Literatur ist dieser Ansatz als „*procedural utility*“ (Frey et al. 2004) beschrieben, nach dem unabhängig von materiellen und monetären Ergebnissen, die mit der Selbstständigkeit erzielt werden können, der Selbstständigkeit an sich bereits ein hoher Stellenwert zukommt. Dabei tragen auch die Tätigkeit (interessantere Tätigkeit) und die Rahmenbedingungen (größere Autonomie), die mit der Selbstständigkeit verbunden sind, unabhängig von materiellen monetären Ergebnissen, maßgeblich zur Zufriedenheit der Selbstständigen bei (Benz und Frey 2008b, 2008a). Benz und Frey (2004) und Hundley (2001) kommen zu dem Ergebnis, dass Unabhängigkeit und Autonomie die Zufriedenheit von Selbstständigen nicht nur beeinflussen, sondern deren Einfluss sogar höher ausfällt als der Einfluss von Einkommensunterschieden oder materiellen Anreizen. *Procedural utility* stellt

auf die nicht-monetäre *intrinsische* Motivation ab, die den Existenzgründer zu unternehmerischem Handeln motivieren. Die Literatur nennt neben dem Wunsch nach Unabhängigkeit und Autonomie eine Reihe intrinsischer Motive, wie etwa Selbstverwirklichung, Verantwortung gegenüber der Familie und Verantwortung gegenüber dem Personal (Amit et al. 2000; Hamilton 2000; Hundley 2001; Benz und Frey 2004; van Gelderen und Jansen 2006; Benz und Frey 2008a; Hessels et al. 2008; Parker 2009; Block et al. 2012; Carree und Verheul 2012; Lange 2012). Auch Cooper und Artz (1995) konstatieren, dass insbesondere die Motivation über nicht-monetäre Ziele zu Zufriedenheit bei Selbstständigen führt. Es kann also angenommen werden, dass die Motivation über intrinsische bzw. nicht-monetäre Anreize nicht nur die Selbstständigkeitsentscheidung positiv beeinflusst, sondern darüber hinaus intrinsische Motivationsfaktoren auch auf die WGB und *nachhaltigen* Zufriedenheit von Selbstständigen positiv Einfluss nehmen. Daraus ergibt sich nachfolgende Hypothese:

H1a: Die intrinsische Motivation wirkt sich positiv auf die Bereitschaft aus, sich erneut für den Schritt in die Selbstständigkeit zu entscheiden (WGB).

Die Startphase um den Gründungszeitpunkt ist kritisch, denn hier entscheidet sich, ob die Neugründung tatsächlich vollzogen wird und als Unternehmen in den Markt eintritt. Sie ist mit hohem personellem und im Fall von KKV auch hohem finanziellem Ressourceneinsatz verbunden. Der Existenzgründer hat sowohl sein Human- als auch persönliches Finanzkapital stärker investiert (Kohn und Ullrich 2012). Gleichzeitig generiert das Start-up in der Startphase noch keine großen Umsätze und Gewinne (Carree und Verheul 2012), wodurch es gerade in dieser Phase umso wichtiger ist, dass die Motivation zum unternehmerischen Handeln nicht nur über die zu erwartenden monetären Anreize, sondern vor allem auch über nicht-monetäre intrinsische Motivationsfaktoren angetrieben ist. Hamilton (2000) sieht die nicht-monetären Motive als die wesentlichen Antreiber von Selbstständigkeit. Er spricht von „[...] (the) entrepreneurs‘ willingness to sacrifice substantial earnings in exchange for the nonpecuniary benefits of owning a business [...]“ (S. 629). Dieser Einkommensverzicht ist besonders in der Startphase für den angehenden Gründer zu spüren. Erst nach und nach im Laufe der Frühentwicklungsphase gelangt die Neugründung zu finanzieller Leistungsfähigkeit, wodurch auch etwaige monetäre Anreize des Gründers bedient werden können. Die Frühentwicklungsphase, die ersten Jahre nach Gründung, stellen aber eine besondere Situation für den Existenzgründer und dessen unternehmerischen Motivation und WGB dar. Für die Frühentwicklungsphase wird demnach ein *moderierender Einfluss des Unternehmensalters* auf die Beziehung zwischen intrinsischer Motivation und WGB angenommen (vgl. Abb. 1³). Es wird angenommen, dass das Ausmaß des Einflusses der intrinsischen Motivation auf die WGB abhängig vom Unternehmensalter in der Frühentwicklungsphase variiert. Demnach wird erwartet, dass sich der vermutete positive Einfluss, der von intrinsischer Motivation auf die WGB ausgeübt wird, in der Phase um den Gründungszeitpunkt auf seinem Maximum befindet und mit zunehmendem Unternehmensalter (und zunehmender finanzieller Leistungsfähigkeit der Neugründung) nachlässt, so dass für die Frühentwicklungsphase angenommen wird:

³ Hinweis: Die Illustration des moderierenden Effekts des Unternehmensalter auf den Zusammenhang zwischen intrinsischer Motivation und WGB (Abb. 1) nimmt ceteris paribus einen negativen Zusammenhang zwischen Unternehmensalter und WGB an (vgl. Schulte 2011; Kohn und Ullrich 2012). Schulte (2011) beobachtet in der Frühentwicklungsphase eine Desillusionierung des Existenzgründers: mit zunehmendem Unternehmensalter nimmt die WGB ab. Diese Annahme wird für Abbildung 2 analog getroffen.

H1b: Je kürzer der Gründungszeitpunkt zurück liegt (bzw. je jünger das Start-up ist), desto größer ist der positive Einfluss der intrinsischen Motivation auf die WGB.

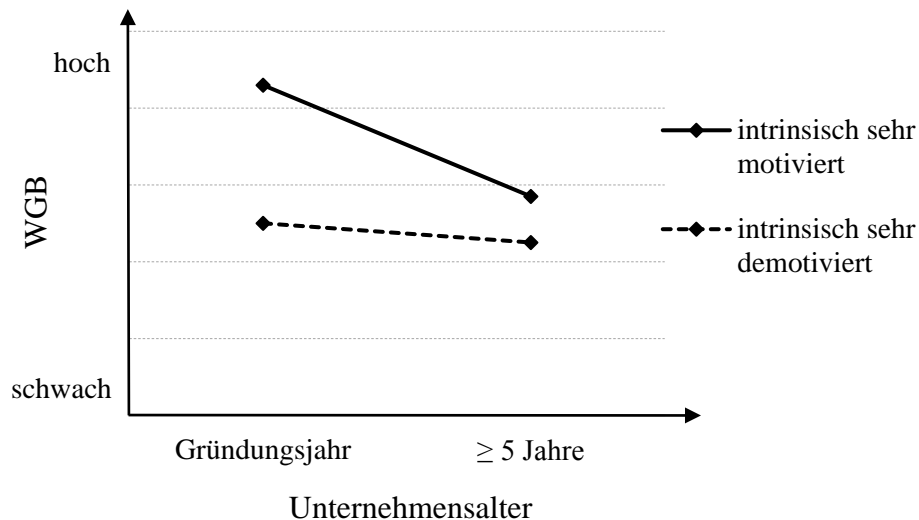


Abbildung 1: Zusammenhang intrinsische Motivation, Unternehmensalter und WGB

Existenzgründer werden nicht nur von intrinsischen Motivatoren angetrieben. In einer Reihe von Studien bestätigt sich, dass auch *extrinsische, monetäre Anreize* Selbstständige in ihrem unternehmerischen Handeln antreiben (Taylor 1996; DeTienne et al. 2008; vgl. Block und Koellinger 2009). Dabei adressiert extrinsische Motivation neben monetären Anreizen auch nicht-finanzielle Nutzenaspekte, wie das Ansehen oder die soziale Rolle der Unternehmerperson (Giannetti und Simonov 2009). Insbesondere finanzielle Nutzenaspekte gelten aber als wichtige Einflussfaktoren auf die Zufriedenheit von Selbstständigen (Block und Koellinger 2009; Kohn und Ullrich 2012; Millán et al. 2013). Dabei kommt vor allem der höheren Einkommenserwartung, die an die Selbstständigkeit im Vergleich zur abhängigen Beschäftigung gestellt wird, ein zentrales Motiv für die Entscheidung zur Selbstständigkeit zu (Taylor 1996; Hinz und Jungbauer-Gans 1999; Hammarstedt 2009). Jüngste Studien bestätigen, dass sich die Erwartungen an höheres Einkommen für Selbstständige, zumindest in Deutschland, auch auszuzahlen scheinen. Sorgner et al. (2014) widerlegen für Deutschland die häufig in der Literatur zitierte Grundlagenstudie nach Hamilton (2000) zum Einkommensvergleich zwischen abhängig Beschäftigten und Selbstständigen für Amerika, wonach das durchschnittliche Einkommen von Selbstständigen unter dem Einkommen vergleichbarer abhängig Beschäftigter liegt. Die Untersuchungen von Sorgner et al. (2014) zeigen für deutsche Daten, dass für Selbstständige mit Angestellten die Einkommenserwartungen über denen von abhängig Beschäftigten liegen. Eine Reihe aktueller empirische Studien bestätigen, dass Selbstständige in Deutschland im Durchschnitt besser verdienen als abhängig Beschäftigte (Martin 2013; Martin und Hopp 2014; Sorgner et al. 2014).⁴ Es kann demnach für Deutschland angenommen werden, dass Existenzgründer, die sich vorrangig aus monetären Einkommensanreizen für den Schritt in die Selbstständigkeit entschieden haben und deren unternehmerische Aktivität demzufolge auch stark extrinsisch motiviert sein wird, nicht in ihren Einkommenserwartungen enttäuscht werden. Übertragen auf die WGB bedeutet das, dass Selbstständige rückblickend die Entscheidung zur Selbstständigkeit als zufriedenstellend empfinden dürften und dadurch eher wieder bereit

⁴ Siehe Berglann et al. (2011) für internationale Studien. Siehe außerdem Åstebro und Chen (2014) für einen Überblick über Einkünfte von Selbstständigen und Angestellten in verschiedenen Industrieländern.

sind, sich erneut für den Schritt in die Selbstständigkeit zu entscheiden. Empirische Evidenz für den vermuteten Zusammenhang liefert Pakura (2016) für junge Existenzgründungen.⁵ Für Selbstständige in Deutschland ist daher anzunehmen:

H2a: Die extrinsische Motivation wirkt sich positiv auf die WGB aus.

Wenn die unternehmerische Aktivität hauptsächlich extrinsisch motiviert ist, ist zu vermuten, dass die Beurteilung der Bereitschaft, sich erneut für den Schritt in die Selbstständigkeit zu entscheiden, ebenso in deutlicher Abhängigkeit zur finanziellen Leistungsfähigkeit und dem Erfolg der Gründung steht. Erst allmählich im Laufe der Frühentwicklungsphase festigen sich organisatorische Strukturen, stellen sich Routinen in Abläufen ein und erlangt die Unternehmensneugründung finanzielle Leistungsfähigkeit, bis schließlich die Etablierung am Markt am Ende der Frühentwicklung stattfindet (Lambertz und Schulte 2013). Eine zufriedenstellende Rendite auf investiertes Finanzkapital ist in der frühen Entwicklung erst schrittweise und gerade unmittelbar nach Gründungszeitpunkt nicht sofort zu erreichen (Carree und Verheul 2012). In Übertragung dieser besonderen Situation, in der sich der Existenzgründer in der Frühentwicklungsphase seiner Neugründung befindet, auf den Zusammenhang zwischen extrinsischer Motivation und WGB, wird dementsprechend angenommen, dass das Unternehmensalter diesen Zusammenhang *moderiert* (vgl. Abb. 2⁶).

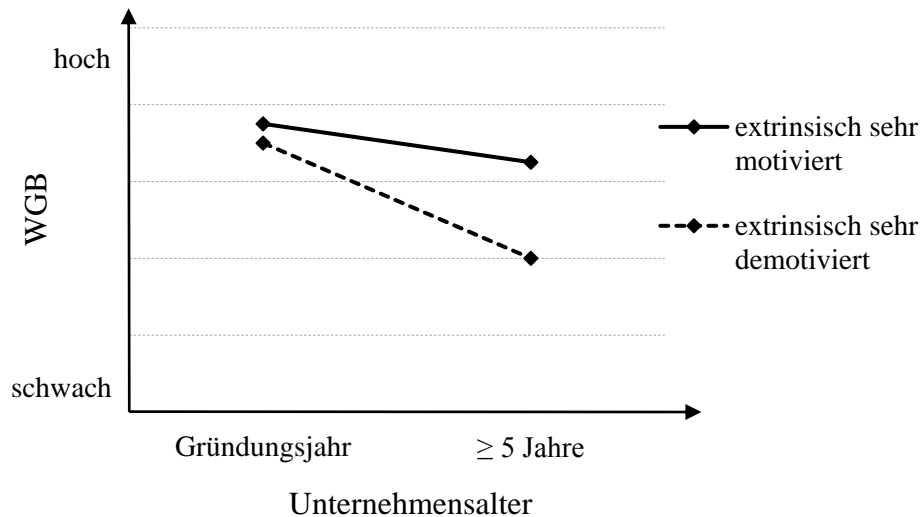


Abbildung 2: Zusammenhang extrinsische Motivation, Unternehmensalter und WGB

auf die WGB ausgeübt wird, mit zunehmendem Unternehmensalter verstärkt. Das Ausmaß des Einflusses der extrinsischen Motivation auf die WGB sollte abhängig vom Unternehmensalter variieren, so dass für Unternehmensneugründungen geschlussfolgert werden kann:

H2b: Je länger der Gründungszeitpunkt zurückliegt (bzw. je älter das Start-up ist), desto größer ist der positive Einfluss der extrinsischen Motivation auf die WGB.

⁵ Ähnlich fanden Cooper und Artz (1995) heraus, dass Selbstständige mit hohen anfänglichen Erwartungen an die Leistungsfähigkeit ihrer Unternehmung zufriedener waren als diejenigen mit geringeren anfänglichen Erwartungen.

⁶ Siehe auch Hinweis Fußnote 3.

In die Analyse werden zusätzlich unternehmens- und umfeldspezifische *Kontrollvariablen* aufgenommen, um für Heterogenität innerhalb der Unternehmen und Branchen zu kontrollieren. Unternehmensbezogene Unterschiede werden über die Variablen *Betriebsgröße*, *Rechtsform* und *Überleben* kontrolliert, das *Geschäftsklima* und die *Branche* kontrollieren für konjunkturelle und umfeldspezifische Einflüsse. Bisherige Studien argumentieren, dass diese Größen Einfluss auf die Entwicklung der Unternehmung und die Zufriedenheit des Selbstständigen haben könnten (Kautonen und Palmroos 2010; Schulte 2011; Carree und Verheul 2012). Gründer, deren Gründungsprojekt konkret vom Marktaustritt gefährdet ist (späteres Marktausscheiden), werden vermutlich weniger bereit sein, sich erneut für den Schritt in die Selbstständigkeit zu entscheiden (vgl. Pakura 2016). Mittels der Branche wird der spezifische Unternehmens- und Umfeldkontext abgebildet: Zum einen determiniert die Branche die Eintrittsbarrieren der Neugründung (z. B. Kapitalbedarf oder erforderliche Qualifikationsnachweise), zum anderen kann die Branche z. B. über das Ausmaß der Konkurrenz auch die Frühentwicklung und die Wachstumsmöglichkeiten der Gründung beeinflussen. Darüber hinaus wird für soziodemografische Merkmale des Existenzgründers kontrolliert: *Geschlecht* und *Alter* des Existenzgründers. Vorangegangene Forschungsarbeiten beobachten zwischen Männern und Frauen unterschiedliche Zufriedenheitslevel (Cooper und Artz 1995; Schulte 2011; Carree und Verheul 2012). Das Alter des Existenzgründers wird in der Literatur als zentraler Einflussfaktor auf die Bereitschaft und die Möglichkeit, sich selbstständig zu machen, genannt (Parker 2009). Für die Beziehung zwischen Personenalter und Zufriedenheit mit der eigenen Arbeit stellt eine Reihe empirischer Studien einen U-förmigen Verlauf fest (Blanchflower und Oswald 2004; Gazioglu und Tansel 2006; Lange 2012).

Zur Verdeutlichung des Modells zeigt Abbildung 3 die oben entwickelten Hypothesen mit ihren Einflüssen auf die WGB:

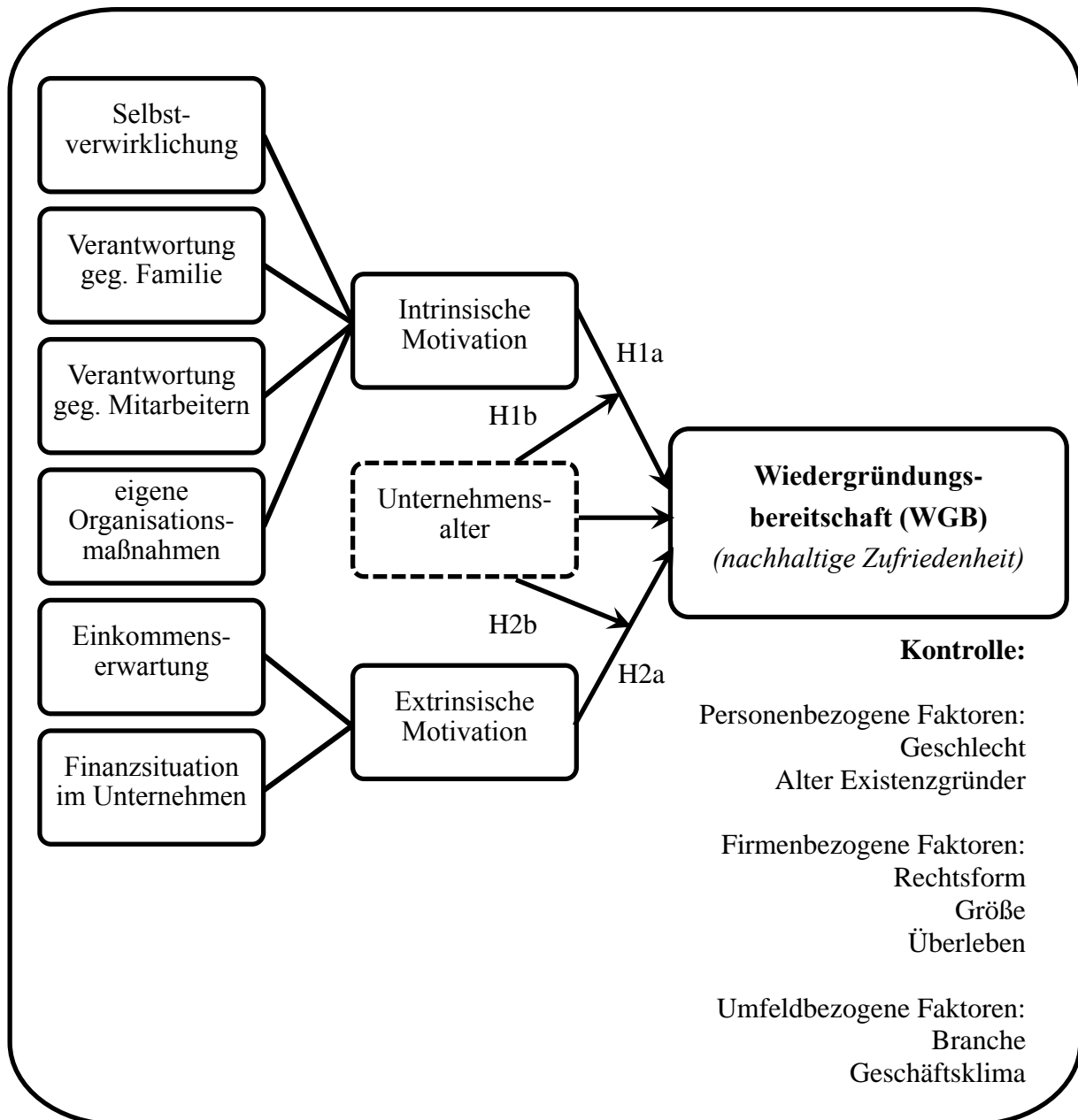


Abbildung 3: Modell

3. Empirische Untersuchung

3.1 Datenbasis

Grundlage für die vorliegende Studie bilden die Daten des Gründungspanels Nordrhein-Westfalen (NRW), mit dem seit dem Jahr 2000 in mittlerweile 15 Erhebungswellen laufend Existenzgründungen aller Gründungsformen (Neuerrichtung, Übernahme, tätige Beteiligung) beobachtet werden. Diese als Längsschnitt angelegte Paneluntersuchung mit durchschnittlichen Rücklaufquoten zwischen 35 und 70 % (Lambertz und Schulte 2013) adressiert ausschließlich die vollerbliche Selbstständigkeit, womit Verzerrungen durch nicht existenztragende Selbständigkeiten in Form von Neben- und Zusatzerwerbstätigkeiten ausgeschlossen werden und verlässliche Aussagen zu realen vollerblichen Existenzgründungen getroffen werden können. Das Gründungspanel NRW hat eine besonders hohe Datenrelevanz für Klein Gründungen: Es adressiert schwerpunktmäßig Existenzgründungen im deutschen Handwerk und fokussiert sich damit auf KGU, die das Existenzgründungsgeschehen in Deutschland mit Abstand dominieren und hinsichtlich der Merkmale Größe, Gründungsform, Rechtsform und Geschäftsmodell typische Verhältnisse des deutschen Existenzgründungsgeschehens abbilden (Schulte 2002). Entsprechend überwiegt im Datensatz der Anteil an imitativen Existenzgründungen den Anteil innovativer Gründungen. Survivorship Bias und Nonresponse Bias können ausgeschlossen werden (Pakura und Pakura 2015; vgl. Pakura 2016). Ergebnisse zum Panel wurden bereits mehrfach veröffentlicht (Schulte 2011; Lambertz und Schulte 2013; Pakura und Pakura 2015).

Variablenname	Mittelwert ^a	Standardabw. (S.A.) ^a
Personenbezogene Faktoren		
Geschlecht: männlich	0,8351	0,3712
Alter Existenzgründer	37,7224	7,0192
Firmenbezogene Faktoren		
<i>Rechtsform</i>		
Personengesellschaft (Referenz)	0,1082	0,3107
Einzelunternehmen	0,8207	0,3837
Kapitalgesellschaft	0,0711	0,2571
<i>Größe</i>		
Größe (Personal in VZÄ, inkl. Inhaber)	4,1912	3,5326
<i>Alter</i>		
Alter des Unternehmens	2,2443	1,4360
<i>Überleben</i>		
Marktaustritt (in den nächsten vier Jahren)	0,0408	0,1980
Umfeldbezogene Faktoren		
<i>Branche</i>		
personenbezogene Dienstleistungen (Referenz)	0,3147	0,4646
Bauhauptgewerbe	0,1672	0,3733
Ausbaugewerbe	0,3154	0,4649
Handwerk für den gewerblichen Bedarf	0,0643	0,2454
Kraftfahrzeuggewerbe	0,0643	0,2454
Lebensmittelgewerbe	0,0144	0,1191
Gesundheitsgewerbe	0,0598	0,2371

Tabelle 1: Stichprobenmerkmale, ^a N = 1.322

Für die vorliegende Studie wird eine Stichprobe von 1.922 Existenzgründungen der Erhebungswelle des Jahres 2008 betrachtet.⁷ Von den 1.992 Existenzgründungen waren 1.322 Unternehmen originäre Neugründungen. Durch die Fokussierung auf ausschließlich Neugründungen besteht der für die Auswertungen herangezogene Datensatz aus insgesamt 1.322 Unternehmen, die zwischen 2001 und 2008 im Vollerwerb neu gegründet wurden. Tabelle 1 gibt einen deskriptiven Überblick über die Datenlage. Die Tabelle zeigt, dass die Stichprobe von kleinen Gründungen geprägt ist, die als Einzelunternehmung (82,1 %) gegründet worden sind, durchschnittlich 3,2 sozialversicherte Vollzeitarbeitskräfte (4,2 inklusive Inhaber) beschäftigen und einen mittleren Jahresumsatz von 270.000 € haben. Die Teilstichprobe besteht zu 83,5 % aus Männern; das mittlere Alter der Befragten beträgt 37,7 Jahre. Ein Großteil der Unternehmen ist den Branchengruppen personenbezogene Dienstleistungen (31,5 %), Ausbau- (31,5 %) und Bauhauptgewerbe (16,7 %) zuzuordnen. Die Neuerrichtungen sind im Schnitt 2,2 Jahre alt. Sekundärdatenvergleiche (Statistisches Bundesamt 2011) hinsichtlich der Strukturmerkmale *Gesamtbeschäftigung* und *Jahresumsatz pro Kopf* für Kleinunternehmen im Handwerk bestätigen, dass die Stichprobe in einem Rahmen liegt, der als typisch für das deutsche Gründungsgeschehen angesehen werden kann.

3.2 Operationalisierung der Variablen

Abhängige Variable

Die WGB wird als geschlossene ja/nein-Frage operationalisiert: „Würden Sie aus heutiger Sicht erneut Ihre Selbständigkeit als Unternehmer(in) anstreben und wieder gründen?“ (Schulte 2011, S. 160). Die Formulierung adressiert dabei den Gründer und dessen Neigung, die Unternehmensneuerrichtung aus heutiger Sicht – also mit dem Wissen der Gegenwart – noch einmal durchführen und die vormals getroffene Gründungsentscheidung wiederholen zu wollen. Diese Single-Item-Frage fungiert als Indikator der nachhaltigen Einschätzung der eigenen Selbstständigkeitszufriedenheit, ein Ansatz, der auf der Operationalisierung nach Cooper und Artz (1995) aufbaut. Diese Autoren operationalisieren die Bereitschaft des Gründers, das selbe Unternehmen erneut zu starten („entrepreneurs’ willingness to start the same business again“), als Indikator für die umfassende Zufriedenheit des Gründers mit seinem Unternehmen („entrepreneurs’ overall satisfaction with their venture“) (Cooper und Artz 1995, S. 447).

Auch in der Konsumentenforschung und im Beziehungsmarketing wird die Messung der ex-ante Zufriedenheit mit einer früher getroffenen, eigenen Entscheidung als geschlossene Frage eingesetzt (Homburg und Koschate 2007). Die Operationalisierung der allumfassenden Selbstständigkeitszufriedenheit mittels des Single-Item-Ansatzes hat dabei mehrere Vorteile: Einerseits konnten Wanous et al. (1997) zeigen, dass eine Single-Item Messung der „overall job satisfaction“ sehr hoch mit der Multiple-Item Messung von Jobzufriedenheit korreliert. Darüber hinaus konnten sie nachweisen, dass die Single-Item Messung von Jobzufriedenheit auch robuster ist als die Multiple-Item Messung (vgl. Wanous et al. 1997, S. 250). Ferner wird durch den Single-Item Ansatz ein kürzerer Fragebogen sowie die Wahrscheinlichkeit, dass der Fragebogen auch komplett vom Befragten ausgefüllt wird (Nagy 2002), begünstigt. Bei übereinstimmenden Messergebnissen ist aus erhebungstechnischen Gründen vorrangig die kürzere Messung zu bevorzugen.

⁷ Die Stichprobe bezieht sich ausschließlich auf Handwerksbetriebe und auf KKV, die weniger als 50 Mitarbeiter beschäftigen (Definition nach Europäische Union 2003). Die Fallzahl ergibt sich nach Abzug aller Gründungen außerhalb der Branche des Handwerks sowie der Fälle, bei denen nicht für alle in der Analyse herangezogenen Variablen vollständige Informationen vorlagen.

Unabhängige Variablen

Für die vorliegenden Analysen wurde auf Grundlage der dargestellten Literatur die unternehmerische Motivation des Gründers differenziert nach *intrinsischer* und *extrinsischer* unternehmerischer Motivation operationalisiert. Die in der Literatur regelmäßig als relevante *intrinsische Motivation* zur Selbstständigkeit genannten Motive umfassen: Wunsch nach Unabhängigkeit und Autonomie, Selbstverwirklichung sowie Verantwortung gegenüber der Familie und dem Personal (Amit et al. 2000; Hamilton 2000; Hundley 2001; Carter et al. 2003; Benz und Frey 2004; van Gelderen und Jansen 2006; Benz und Frey 2008a; Hessels et al. 2008; Parker 2009; Block et al. 2012; Carree und Verheul 2012; Lange 2012). Darauf aufbauend hat die vorliegende Studie die Existenzgründer anhand von vier Items danach gefragt, wie sehr sie durch die intrinsischen Motive *Selbstverwirklichung*, *Verantwortung gegenüber der Familie*, *Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern* und *eigene Organisationsmaßnahmen im Unternehmen* zu unternehmerischen Handeln motiviert sind. Letztere Frage operationalisiert dabei als Proxy-Variablen den Wunsch nach Unabhängigkeit und Autonomie durch die Selbstständigkeit. Anhand der *eigenen Organisationsmaßnahmen im Unternehmen* wird die Möglichkeit der Selbstständigen adressiert, unabhängig und eigenständig über Abläufe und Prozesse im Unternehmen entscheiden zu können, wodurch Unabhängigkeit und Autonomie im unternehmerischen Handeln zum Ausdruck gebracht wird. Alle Items waren von den Befragten auf einer sechsstufigen Ratingskala, die von 1 „sehr demotivierend“ bis 6 „sehr motivierend“ reicht, zu bewerten. Sie können demnach auf dem Skalenniveau der Intervallskala eingeordnet werden (Bortz und Döring 2006, S. 70). Aus den vier Items ist ein zusammenfassender Index (Likert-Skala) für die Operationalisierung der intrinsischen Motivation gebildet worden, indem die Ausprägungen der einzelnen Likert-Items addiert und gemittelt worden (Bortz und Döring 2006, S. 145 und S. 224).⁸ Die Skala reicht entsprechend von 1 „sehr demotivierend“ bis 6 „sehr motivierend“. Cronbach's Alpha weist einen Wert von 0,68 auf, der über dem von Bagozzi und Yi (1989) empfohlenen Mindestwert von 0,6 liegt und knapp unter dem Richtwert von 0,7 nach Nunnally und Bernstein (1967), wonach für das Konstrukt der *intrinsischen Motivation* eine zufriedenstellende Reliabilität und interne Konsistenz erklärt werden kann.

Unter der Dimension *extrinsischer Motivation* werden in der Literatur neben monetären Motivationsfaktoren auch nicht finanzielle Nutzenaspekte, wie etwa das Ansehen oder die soziale Rolle der Unternehmerperson genannt (Giannetti und Simonov 2009). Dabei sind gerade letztere Motive in der empirischen Erhebung mit Schwierigkeiten (soziale Erwünschtheit) behaftet und bergen die Gefahr, dass die Befragten diese Aspekte überbetonen. Gleichzeitig gewähren diese nicht monetären Motivationsdimensionen keine ganz eindeutige Einordnung unter extrinsische Motivation. Die vorliegende Studie setzt den Fokus daher ausschließlich auf *extrinsische Motive*, die *monetärer Art* sind und befragte die Existenzgründer in zwei Items danach, wie sehr sie durch die Motive *Einkommenserwartungen* und *Finanzsituation* im Unternehmen zu unternehmerischen Handeln motiviert sind. Die Messung erfolgte analog zur Operationalisierung der Items intrinsischer Motivationsdimensionen auf einer sechsstufigen Ratingskala von 1 „sehr demotivierend“ bis 6 „sehr motivierend“. Für ein Gesamtkonstrukt der extrinsischen Motivation wurden die beiden Items über einen zusammenfassenden Index operationalisiert, indem die Ausprägungen der einzelnen Likert-Items addiert und gemittelt worden (Bortz und Döring 2006, S. 145 und S. 224).⁹ Die Skala geht entsprechend von 1 „sehr demotivierend“

⁸ Fehlende Werte innerhalb der Likert-Items werden imputiert. Imputation erfolgt über gemittelten Summenindexwert aus vorhandenen Werten. Little's MCAR Test bestätigt, dass die fehlenden Werte annähernd zufällig fehlend sind ($\chi^2 = 1794,6$; $p > 0,010$).

⁹ Siehe Fußnote 8.

bis 6 „sehr motivierend“. Mit einem Cronbach's Alpha Wert von 0,74, der sogar über dem Richtwert nach Nunnally und Bernstein (1967) liegt, ist eine zufriedenstellende Reliabilität und interne Konsistenz gewährleistet.

Das *Alter des Unternehmens* wird zum Erhebungszeitpunkt der Befragungswelle in Jahren, die seit dem Zeitpunkt der Gründung (Markteintritt der Unternehmung) vergangen sind, gemessen.

Kontrollvariablen

Geschlecht und *Alter* des Existenzgründers kontrollieren soziodemografische Merkmale des Existenzgründers, wobei *Geschlecht* als 0/1-Dummy-Variable operationalisiert wird und 1 anzeigt, dass der Existenzgründer männlich ist. Aufgrund des angenommenen U-förmigen Verlaufs zwischen *Alter des Existenzgründers* und WGB wird neben dem Alter in Jahren auch das quadrierte Alter in die multivariaten Analysen aufgenommen.

Als unternehmensbezogene Kontrollvariablen werden *Betriebsgröße*, *Rechtsform* und *Überleben* aufgenommen, wobei Betriebsgröße – aufgrund der Schiefe der Verteilung – logarithmiert ist und über die Anzahl an Vollzeitpersonal (inklusive des Inhabers) approximiert wird. Die Rechtsform wird über Einzelunternehmen (82,1 %), Personengesellschaften (10,8 %) und Kapitalgesellschaften (7,1 %) operationalisiert. Überleben ist als 0/1-Dummy definiert, welcher Neugründungen markiert, die zum Zeitpunkt der Befragung von essentiellen wirtschaftlichen Schwierigkeiten und der erhöhten Gefahr des Marktaustritts bedroht sind. Die Ausprägung „1“ zeigt dabei an, dass das Unternehmen innerhalb der nächsten vier Jahre nach dem Befragungszeitpunkt (bis spätestens zum 31.12.2012) und damit innerhalb der Frühentwicklungsphase wieder aus dem Markt ausgeschieden ist. Darüber hinaus werden *Branche* und *Geschäftsklima* als weitere Kontrollgrößen berücksichtigt. Für das Geschäftsklima wird sowohl über die Abfrage der derzeitigen Geschäftslage (gut/befriedigend vs. schlecht), als auch über eine Frage nach der zukünftigen Geschäftslageerwartung (besser/gleich bleibend vs. schlechter) mittels 0/1-Dummys kontrolliert.

Anhang 1 fasst die Erhebungsdimensionen und ihre deskriptiven Kennwerte (Mittelwert und Standardabweichung) aller in der Analyse einbezogenen Variablen zusammen.

4. Empirische Analyse

Zur empirischen Überprüfung der Hypothesen wird die WGB y_i^* von Person $i = 1, \dots, N$ als Funktion der intrinsischen Motivation I_i und der extrinsischen Motivation E_i , des Unternehmensalters A_i , sowie einer Reihe von Kontrollvariablen C_i modelliert. Zur Untersuchung der altersspezifischen moderierenden Effekte auf den Zusammenhang zwischen Motivation und WGB werden Interaktionsterme (IA_i und EA_i) in das Modell integriert:¹⁰

$$y_i^* = \beta_0 + I_i\beta_1 + E_i\beta_2 + A_i\beta_3 + IA_i\beta_4 + EA_i\beta_5 + C_i\beta_6 + \varepsilon_i.$$

Aufgrund des dichotomen Charakters der abhängigen Variable, die nur zwei Werte annehmen kann, werden die Parameter (β_0 bis β_6) mittels binär logistischer Regressionsanalysen (Logitmodell) geschätzt (Long 1997, S. 34–113; Best und Wolf 2010, S. 827–854). Die Schätzung erfolgt schrittweise. Zuerst wird ein Kontrollmodell (Modell 0) berechnet, das nur die Kontrollvariablen enthält, in einem zweiten Schritt folgt die Schätzung des Gesamtmodells (Modell 1), in das neben den Kontrollvariablen die Variablen der Hypothesen aufgenommen werden.¹¹ Die statistische Signifikanz der Variablen wird über robuste Standardfehler getestet. Logistischen Modellen liegt ein nichtlinearer Zusammenhang zwischen unabhängigen Variablen und den vorhergesagten Wahrscheinlichkeiten der abhängigen Variable zugrunde. Mittels der Effektkoeffizienten (Logit Koeffizienten) kann nur eine Aussage über die Richtung des Einflusses der unabhängigen Variable getroffen und die statistische Signifikanz interpretiert werden.¹² Die Logit-Koeffizienten können bei schrittweisem Aufbau des Modells nicht ohne weiteres zwischen den Modellen verglichen und interpretiert werden (Best und Wolf 2012, S. 383–386).¹³ Eine Lösung dieses Problems bieten die durchschnittlichen marginalen Effekte (AMEs: Average Marginal Effects) (Long und Freese 2001, S. 127 ff.; Best und Wolf 2012). Der AME berechnet dabei den Durchschnittseffekt einer unabhängigen Variable als Mittelwert der marginalen Effekte über alle Beobachtungen.¹⁴ Somit kann der durchschnittliche Einfluss der unabhängigen Variable in einer *einzig* Kennziffer ausgedrückt werden.

Auch AMEs werden der Nichtlinearität des Zusammenhangs zwischen unabhängiger und abhängiger Variable im binären Regressionsmodell nicht gerecht,¹⁵ weshalb für Detailinterpretationen, insbesondere der Interaktionseffekte, auf grafische Verfahren zurückgegriffen wird (Long 1997, S. 64 ff.; Long und Freese 2001, S. 119 ff.). Hierzu werden die vorhergesagten Wahrscheinlichkeiten der WGB für unterschiedliche Ausprägungen der unabhängigen Variablen berechnet und grafisch dargestellt (vgl. Abb. 5 und Abb. 7). Die

¹⁰ Interaktionseffekte werden über die multiplikative Verknüpfung der beteiligten Variablen im Regressionsmodell integriert (Ai und Norton 2003; Balli und Sørensen 2013; Brambor et al. 2006; Long und Freese 2001, S. 271–275).

¹¹ Alle Berechnungen sind mit der Statistiksoftware Stata 11.2 durchgeführt worden.

¹² Vgl. Best und Wolf 2012. Gleiches gilt auch für Probitmodelle.

¹³ Die Koeffizienten von Logitmodellen (und auch Probitmodellen) können auf Veränderungen in der unbeobachteten Heterogenität reagieren. Das kann selbst dann der Fall sein, wenn keine Korrelation zwischen den Prädiktoren und dem Fehlerterm vorliegt.

¹⁴ Vgl. Best und Wolf 2012, S. 382–383 zur Herleitung. Der AME sollte nicht mit dem *marginalen Effekt am Mittelwert* (MEM: Marginal Effect at the Mean) verwechselt werden. AMEs werden im Vergleich zu MEMs nicht von unkorrelierter unbeobachteter Heterogenität verzerrt und können daher (im Gegensatz zu MEMs) auch bei schrittweise aufgebauten Modellen miteinander verglichen werden (Wooldridge 2009, S. 582 ff.).

¹⁵ Das Problem kann auch gar nicht über eine einzelne Kennziffer (weder Logit Koeffizient, noch AME) gelöst werden.

Berechnung der Wahrscheinlichkeiten erfolgt über die *Average Adjusted Predictions* (AAPs).¹⁶

	Modell 0		Modell 1	
	Logit Koeffizient	Marginaler Effekt	Logit Koeffizient	Marginaler Effekt
Kontrollvariablen				
Personenbezogene Faktoren				
Geschlecht: männlich	-0,019 (0,298)	-0,003 (0,032)	0,114 (0,329)	0,010 (0,029)
Alter Existenzgründer	-0,099 (0,098)	-0,002 (0,001)	-0,171 (0,119)	-0,001 (0,001)
Alter Existenzgründer (quadriert)	0,001 (0,001)		0,002 (0,002)	
Firmenbezogene Faktoren				
Rechtsform (Referenz: Personengesellschaft)				
Einzelunternehmen	0,296 (0,250)	0,0364 (0,030)	-0,159 (0,292)	-0,013 (0,023)
Kapitalgesellschaft	1,347*** (0,485)	0,103*** (0,024)	0,931* (0,545)	0,066** (0,032)
Größe				
Größe (logarithmiert)	-0,015 (0,318)	-0,002 (0,034)	0,195 (0,392)	0,016 (0,033)
Überleben				
Marktaustritt	-0,807** (0,386)	-0,109* (0,062)	-0,752** (0,371)	-0,072* (0,040)
Umfeldbezogene Faktoren				
Branche (Referenz: personenbezogene Dienstleistungen)				
Bauhauptgewerbe	-0,139 (0,305)	-0,019 (0,035)	-0,236 (0,329)	-0,020 (0,029)
Ausbaugewerbe	-0,199 (0,264)	-0,025 (0,030)	-0,226 (0,298)	-0,019 (0,026)
Handwerk für den gewerbl. Bedarf	-0,436 (0,385)	-0,049 (0,051)	-0,817* (0,433)	-0,078* (0,047)
Kraftfahrzeuggewerbe	-0,520 (0,374)	-0,062 (0,052)	-0,784** (0,398)	-0,075* (0,043)
Lebensmittelgewerbe	-0,635 (0,715)	-0,083 (0,108)	-1,185** (0,593)	-0,122* (0,072)
Gesundheitsgewerbe	0,133 (0,359)	0,0138 (0,036)	-0,074 (0,441)	-0,006 (0,038)
Geschäftsklima				
Derzeitige Geschäftslage	1,975*** (0,224)	0,340*** (0,048)	0,529* (0,277)	0,049* (0,029)
Zukünftige Geschäftslageerwartung	1,151*** (0,209)	0,161*** (0,035)	0,636*** (0,231)	0,059** (0,023)

Fortsetzung nächste Seite

¹⁶ Für eine detaillierte Beschreibung der Methodik der AAPs siehe Best und Wolf (2012).

Unabhängige Variablen		
Alter des Unternehmens		0,627 (0,518) -0,020*** (0,006)
Intrinsische Motivation		1,169*** (0,323) 0,054*** (0,012)
Extrinsische Motivation		1,167*** (0,278) 0,094*** (0,009)
Interaktion		
Intrinsische Motivation x Alter des Unternehmens		-0,190* (0,107)
Extrinsische Motivation x Alter des Unternehmens		-0,015 (0,088)
Konstante	1,191 (1,841)	-3,780 (2,531)
<hr/>		
N	1.322	1.322
WGB (AAP)	0,854	0,854
Wald χ^2	136,40***	215,44***
df	15	20
Delta Wald χ^2		79,04***
Pseudo R^2	0,127	0,333

Robuste Standardfehler in Klammern.

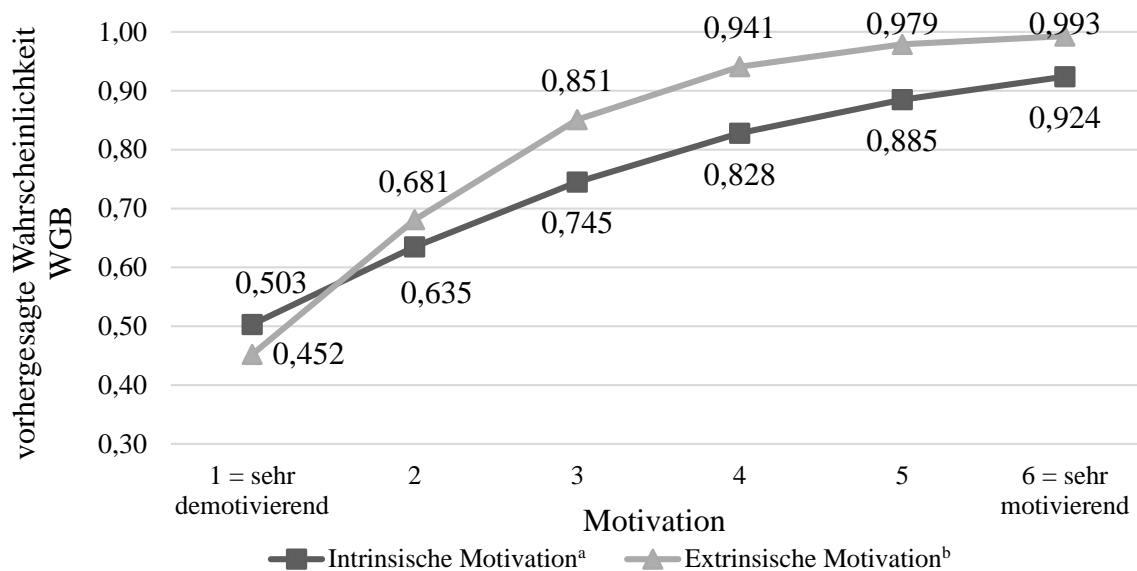
Signifikanzniveau: *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$.

Tabelle 2: Logit-Schätzung

Den *Hypothesen 1b* und *2b* liegt die bedingte Annahme zugrunde, dass das Unternehmensalter den Zusammenhang zwischen intrinsischer bzw. extrinsischer Motivation und WGB moderiert und der Einfluss der Motivation je nach Unternehmensalter variiert. Über die zusätzliche Aufnahme von Interaktionstermen zwischen Unternehmensalter und den Motivations-Indizes im Regressionsmodell wird dieser Zusammenhang modelliert (Friedrich 1982). Das führt dazu, dass die erklärenden Variablen nicht unabhängig voneinander interpretiert werden können. Als Interpretationshilfe wird die Berechnung und grafische Illustration von aussagekräftigen marginalen Effekten herangezogen (Brambor et al. 2006) (siehe Abb. 6). Um auch die inhaltliche Bedeutung der einzelnen marginalen Effekte der Motivation besser beurteilen zu können, wird zusätzlich die der vorliegenden Untersuchung zugrundeliegende Verteilung des Unternehmensalter im Histogramm dargestellt (Brambor et al. 2006).

Die Ergebnisse der multivariaten Analyse finden sich in Tabelle 2, beide Modelle, Kontrollmodell und Gesamtmodell, sind hoch signifikant (Wald $\chi^2_{[\text{Modell } 0]} = 136,40$; $df = 15$; Wald $\chi^2_{[\text{Modell } 1]} = 215,44$; $df = 20$). Wie erwartet weist das Gesamtmodell eine signifikant bessere Modellanpassung und Modellgüte auf als das Kontrollmodell. Die zusätzliche Aufnahme der unabhängigen Variablen führt zu einer deutlichen Verbesserung des Pseudo R^2 ($R^2_{[\text{Modell } 0]} = 0,127$; $R^2_{[\text{Modell } 1]} = 0,333$), so dass dem Gesamtmodell eine gute Modellanpassung zugesprochen werden kann (vgl. Gautschi 2010). Die Überprüfung der dem Regressionsmodell zugrundeliegenden Prämissen (vgl. u.a. Hair 1998; Tabachnick und Fidell 2007; Wooldridge 2009) begründet die logarithmische Transformation der Variable „Größe“, um der Schiefe in der Verteilung entgegenzuwirken. Anhang 2 gibt einen Überblick über die Korrelationsmatrix. Die Korrelationen sind moderat, Multikollinearitätsprobleme nicht

überzubewerten.¹⁷ Die Korrelationsmatrix bestätigt die angenommenen Richtungen des Einflusses der unabhängigen Variablen auf die WGB. Heteroskedastizitätsprobleme werden über die Berechnung mit robusten Standardfehlern kontrolliert. Zur Kontrolle der Stabilität und Robustheit der gewonnenen Ergebnisse der Logit-Schätzung werden ein Probitmodell¹⁸ und ein Rare-Events-Logitmodell¹⁹ (Relogit) herangezogen (siehe Tab. 3). Es zeigen sich inhaltlich keine Unterschiede zum dargestellten Logitmodell. Beide ökonomischen Verfahren bestätigen die Ergebnisse des Logitmodells.



N=1.322, ^aKonstrukt aus 4 intrinsischen Motiven, ^bKonstrukt aus 2 extrinsischen Motiven.

Anmerkung: Vorhergesagte Wahrscheinlichkeiten (AAPs: Average Adjusted Predictions) der WGB in Abhängigkeit der Motivationsstufen. Berechnungsgrundlage ist das Gesamtmodell (Modell 1).

Abbildung 4: Vorhergesagte Wahrscheinlichkeiten WGB differenziert nach intrinsischer und extrinsischer Motivation und Motivationstypen

Das Logitmodell bestätigt *Hypothese 1a*, die intrinsische Motivation hat einen signifikant positiven Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit, sich erneut für die Selbstständigkeit zu entscheiden. Der durchschnittliche marginale Effekt liegt bei 0,054, wonach eine Zunahme des Indexwertes der intrinsischen Motivation um eine Einheit die Wahrscheinlichkeit der WGB um durchschnittlich 5,4 Prozentpunkte erhöht. Bei einer WGB von 85,4 %²⁰ entspricht dies einem relativen Effekt von 6,3 %. Zugleich kann *Hypothese 2a* bestätigt werden. Neben der intrinsischen Motivation trägt auch die extrinsische Motivation signifikant dazu bei, dass die Chancen steigen, dass der Existenzgründer nachhaltig zufriedener ist. Verglichen mit dem Einfluss der intrinsischen Motivation, ist der Einfluss der extrinsischen Motivation auf die WGB sogar stärker. Der AME der extrinsischen Motivation liegt mit einem Wert von 0,094

¹⁷ Korrelationen zwischen den Interaktionstermen und den unabhängigen Variablen sind vorhanden, sollten aber nach Brambor et al. (2006, S. 70) und Friedrich (1982, S. 832) in Modellen mit konditionalen Interaktionseffekten nicht zu Lasten der Hypothesenprüfung führen und sind zu vernachlässigen.

¹⁸ Probit- und Logitmodell unterscheiden sich hinsichtlich der Verteilungsannahmen: Das Probitmodell geht von einer Normalverteilung aus, das Logitmodell unterstellt eine logistische Verteilung. Allgemein liefern beide Modelle ähnliche Ergebnisse.

¹⁹ Das Relogit kommt insbesondere dann zur Anwendung, wenn eine stark einseitige Verteilung in der abhängigen Variable im Logitmodell vorliegt (vgl. King und Zeng 2001).

²⁰ Die vorhergesagte durchschnittliche WGB-Wahrscheinlichkeit (AAP) im Gesamtmodell (Modell 1) liegt bei 85,4 % und einem 95 %-Konfidenzintervall von [0,839; 0,869].

deutlich über dem marginalen Effekt der intrinsischen Motivation. In Bezug auf die WGB-Wahrscheinlichkeit bedeutet dies eine zusätzliche Erhöhung der Wahrscheinlichkeit der WGB um durchschnittlich 11,0 % mit Zunahme der extrinsischen Motivation um eine Stufe, und damit fast doppelt so viel, wie bei der intrinsischen Motivation (6,3 %). Auch die detaillierte Analyse der vorhergesagten WGB-Wahrscheinlichkeiten (AAPs) in Abhängigkeit der einzelnen Motivationsstufen bestätigt diese Beobachtung (Abb. 4)²¹: Der Einfluss der extrinsischen Motivation auf die nachhaltige Selbstständigkeitszufriedenheit übertrifft den Effekt der intrinsischen Motivation.

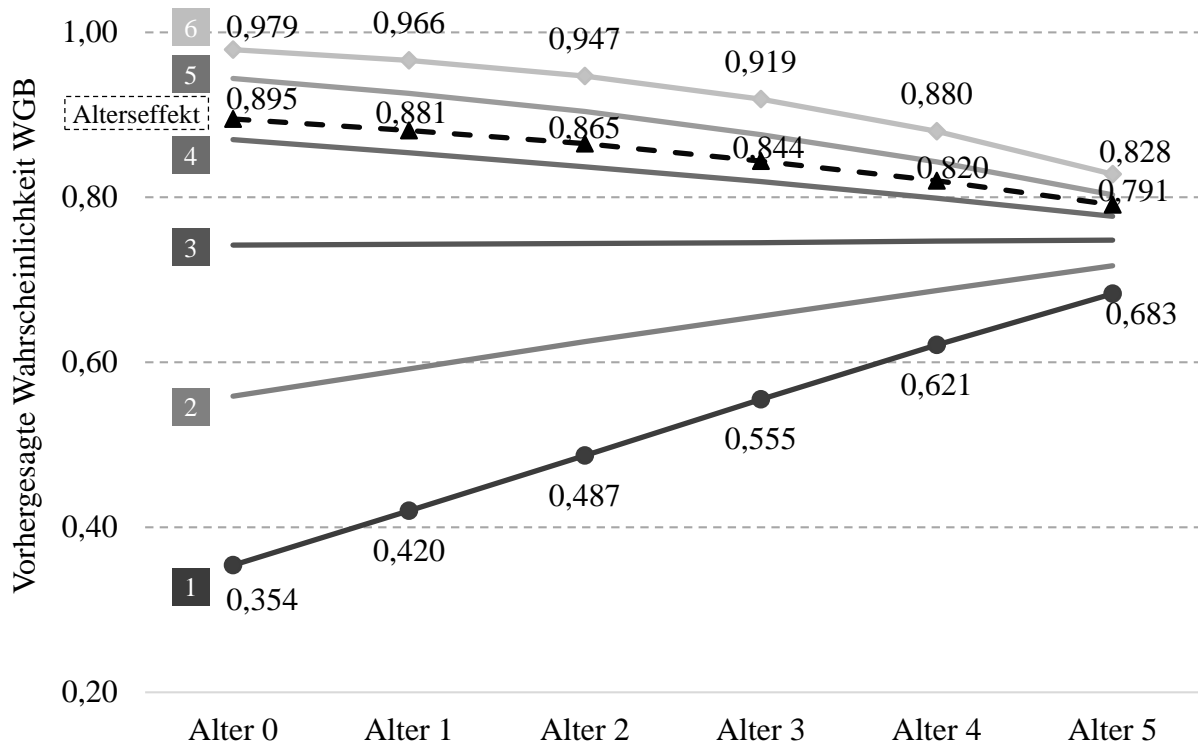
Dieser Befund ist interessant vor dem Hintergrund der deskriptiven Ergebnisse zur intrinsischen und extrinsischen Motivation, in denen ein signifikanter Unterschied ($t = 38,4$; $p < 0,000$) zwischen den Motivationsfaktoren zu beobachten ist. Existenzgründer geben an, im Durchschnitt stärker über intrinsische Motivation (Mittelwert = 4,7; S.A. = 0,7) zu unternehmerischem Handeln motiviert zu sein als über extrinsische Motivation (Mittelwert = 3,6; S.A. = 1,1). Bemerkenswert ist, dass die multivariaten Analysen zu dem Ergebnis kommen, dass der monetären, extrinsischen Motivation *ceteris paribus* ein fast doppelt so hoher Effekt auf die Wahrscheinlichkeit der nachhaltigen Zufriedenheit zukommt als der intrinsischen Motivation. Dieser Befund spiegelt neben der Besonderheit von kleinen *Handwerksunternehmen*²² auch ein Merkmal von *vollerwerblicher* Selbstständigkeit wider, welche per Definition (*Vollerwerb*) als maßgebliche Einnahmequelle zum finanziellen Lebensunterhalt des Existenzgründers beizutragen vermag. Eine Tatsache, weshalb gewissermaßen auch die nachhaltige Zufriedenheit der vollerwerblichen Existenzgründer langfristig stärker von finanziellen, extrinsischen Faktoren determiniert wird. Der signifikante und positive Einfluss der *wirtschaftlichen Geschäftslage* (Kontrollgröße) stützt diese Vermutung zusätzlich.

Hypothese 1b, die annimmt, dass der Einfluss der intrinsischen Motivation auf die WGB zum Gründungszeitpunkt am stärksten ist und im Laufe der Frühentwicklung mit zunehmendem Unternehmensalter nachlässt, kann bestätigt werden. Der Logit-Koeffizient des Interaktionsterms ist signifikant (Tab. 2). Abbildung 5 veranschaulicht die konditionale Beziehung graphisch: Der Effekt der intrinsischen Motivation auf die WGB ist zum Gründungszeitpunkt (Alter 0) größer als nach 5 Jahren (Alter 5). Das Alter moderiert damit den Einfluss zwischen intrinsischer Motivation und WGB. Unmittelbar im Gründungsjahr und den nachfolgenden Jahren hat eine um eine Stufe höhere intrinsische Motivation einen stärkeren Einfluss auf die WGB als gegen Ende der Frühentwicklungsphase. In der Startphase (Alter 0) ist die Differenz zwischen intrinsisch *sehr motivierten* Gründern und intrinsisch *sehr demotivierten* Gründern am größten (62,5 Prozentpunkte). Die vorhergesagte Wahrscheinlichkeit der WGB steigt zwischen den beiden Stufen um mehr als das Doppelte (177 %) und liegt bei *sehr motivierten* Gründern bei 97,9 %. Im Alter von 4 Jahren, in etwa kurz vor dem Zeitpunkt der Etablierung am Markt (vgl. Lambertz und Schulte 2013), ist der Einfluss der intrinsischen Motivation auf die WGB dagegen sehr viel weniger stark ausgeprägt. Die Differenz zwischen *sehr demotivierten* und *sehr motivierten* intrinsisch getriebenen Gründern liegt nur noch bei 25,9 Prozentpunkten, die vorhergesagte WGB-Wahrscheinlichkeit zwischen den beiden Randwerten steigt nur noch um 41,7 %. Die Analyse der marginalen Effekte bestätigt die Befunde (vgl. Abb. 6 und Anhang 3): So liegt der marginale Effekt der intrinsischen Motivation im Gründungsjahr bei 7,1 Prozentpunkten und

²¹ Vgl. auch Abb. 6 zu den marginalen Effekten der intrinsischen und extrinsischen Motivation differenziert nach Unternehmensalter (*Berücksichtigung der Interaktionsbeziehung*).

²² Im Wirtschaftszweig der Handwerker überwiegen imitative Gründungen den Anteil innovativer Gründungen. Ein möglicher Erklärungsansatz, warum die nachhaltige Zufriedenheit von Existenzgründern im Handwerk stärker von monetären Faktoren determiniert wird.

im Jahr danach noch bei 6,8 Prozentpunkten, wohingegen der Effekt im Alter von 4 Jahren nur noch bei 4,3 Prozentpunkten und am Ende der Frühentwicklungsphase schließlich bei 2,6 Prozentpunkten liegt. Diese im Laufe des Unternehmensalters abnehmenden marginalen Effekte der intrinsischen Motivation auf die WGB sind bis zum Unternehmensalter von 4 Jahren auch statistisch signifikant, für 5 Jahre alte Gründungen ist sogar kein statistisch signifikanter Einfluss der intrinsischen Motivation auf die WGB mehr zu beobachten.²³



N=1.322.

Anmerkung: Vorhergesagte Wahrscheinlichkeiten (AAPs) der WGB differenziert nach intrinsischem Motivationstyp (Legende: 1 = sehr demotivierend bis 6 = sehr motivierend). Die gestrichelte Linie markiert den reinen Alterseffekt (ceteris paribus: Abnahme der AAPs der WGB mit zunehmendem Unternehmensalter). Berechnungsgrundlage ist das Gesamtmodell (Modell 1).

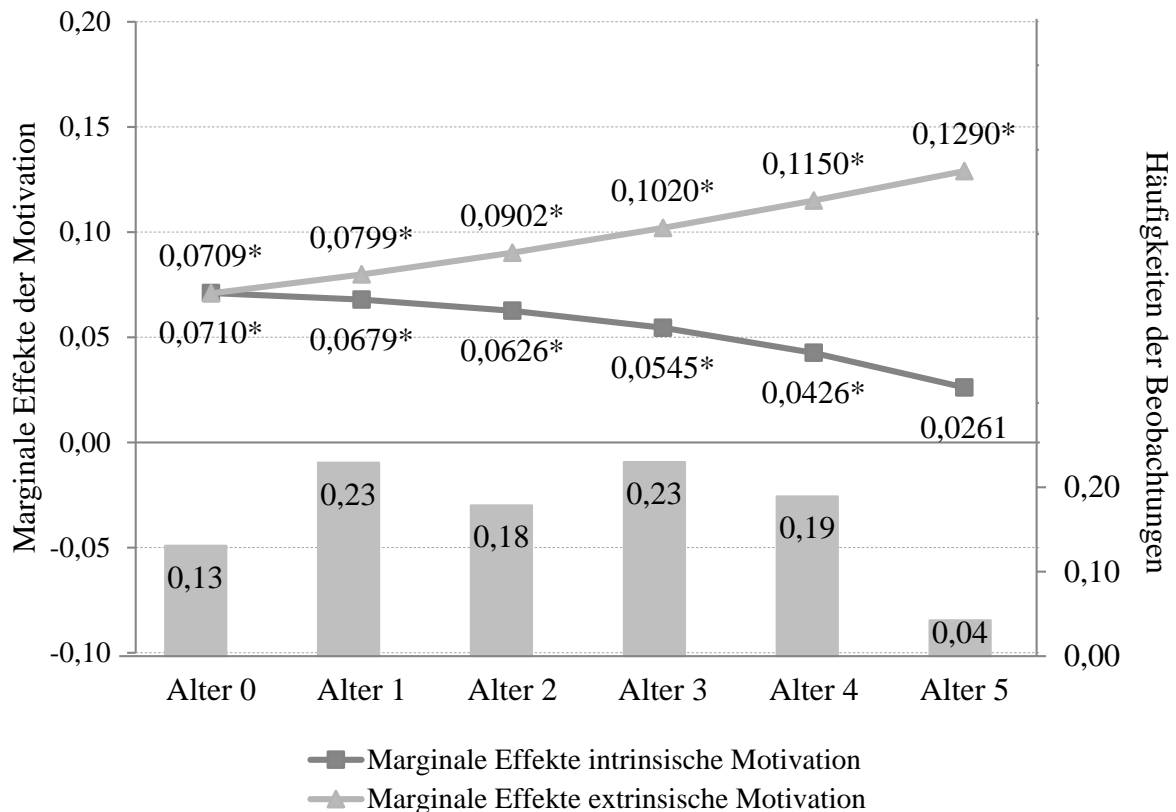
Abbildung 5: Vorhergesagte Wahrscheinlichkeiten WGB. Interaktion intrinsische Motivation und Unternehmensalter

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass *Hypothese 1b* bestätigt werden kann: Das Unternehmensalter moderiert den positiven Effekt, den die intrinsische Motivation auf die WGB ausübt. Unmittelbar im Gründungsjahr ist dieser Effekt am größten, er bleibt positiv, nimmt aber im Laufe der Frühentwicklungsphase in seiner Effektstärke ab.

Für *Hypothese 2b* zeigt der Logit-Koeffizient keinen statistisch signifikanten Effekt des Interaktionsterms aus Unternehmensalter und extrinsischer Motivation an. Die detaillierte grafische Analyse der konditionalen Beziehung (Abb. 7) stützt zwar die Hypothese, dass die Richtung des moderierenden Einflusses des Unternehmensalters korrekt als *positiv* anzunehmen ist, statistische Signifikanz dieses Zusammenhangs liegt aber nicht vor. Abbildung 6 veranschaulicht: Mit fortschreitendem Unternehmensalters wird der marginale Effekt der extrinsischen Motivation größer. Verglichen mit dem Startjahr (Alter 0), kann für das Unternehmensalter 5 Jahre ein größerer Unterschied in der WGB-Wahrscheinlichkeit zwischen *extrinsisch sehr motivierten* Gründern und *extrinsisch sehr demotivierten* Gründern

²³ Dieser Befund entfällt dabei allerdings auf weniger als 5 % der Stichprobenfälle.

(Delta[Alter 5] = 71,0 Prozentpunkte; Delta[Alter 0] = 41,6 Prozentpunkte) beobachtet werden (Abb. 7). Damit scheint die extrinsische Motivation im fortgeschrittenen Unternehmensalter wichtiger zu werden und insbesondere ab Etablierung am Markt, etwa ab dem 4./5. Jahr, noch mehr an Gewicht zu gewinnen, wohingegen die intrinsische Motivation gerade in der Gründungs- und Startphase größeren Einfluss auf die WGB zeigte. Vor dem Hintergrund, dass nur 5 % der Stichprobe Neugründungen älter als 4 Jahre abbilden und der Nicht-Signifikanz des Logit-Koeffizienten der Schätzung, sollte dieser Befund allerdings mit der nötigen Vorsicht betrachtet werden.²⁴



N=1.322.

Anmerkung: Marginaler Effekt (AME) der intrinsischen/extrinsischen Motivation auf die Wahrscheinlichkeit der WGB in Abhängigkeit vom Unternehmensalter. Mit einem Sternchen gekennzeichnete Werte markieren die statistische Signifikanz. Standardfehler und 95 % Konfidenzintervalle sind dem Anhang (Anhang 3) zu entnehmen. Die vertikale Achse auf der linken Seite kennzeichnet die Größe des entsprechenden marginalen Effekts. Die vertikale Achse auf der rechten Seite steht für das Histogramm und kennzeichnet die Anteile der Beobachtungen der Werte des Unternehmensalters der Start-ups im Datensatz. Berechnungsgrundlage ist das Gesamtmodell (Modell 1).

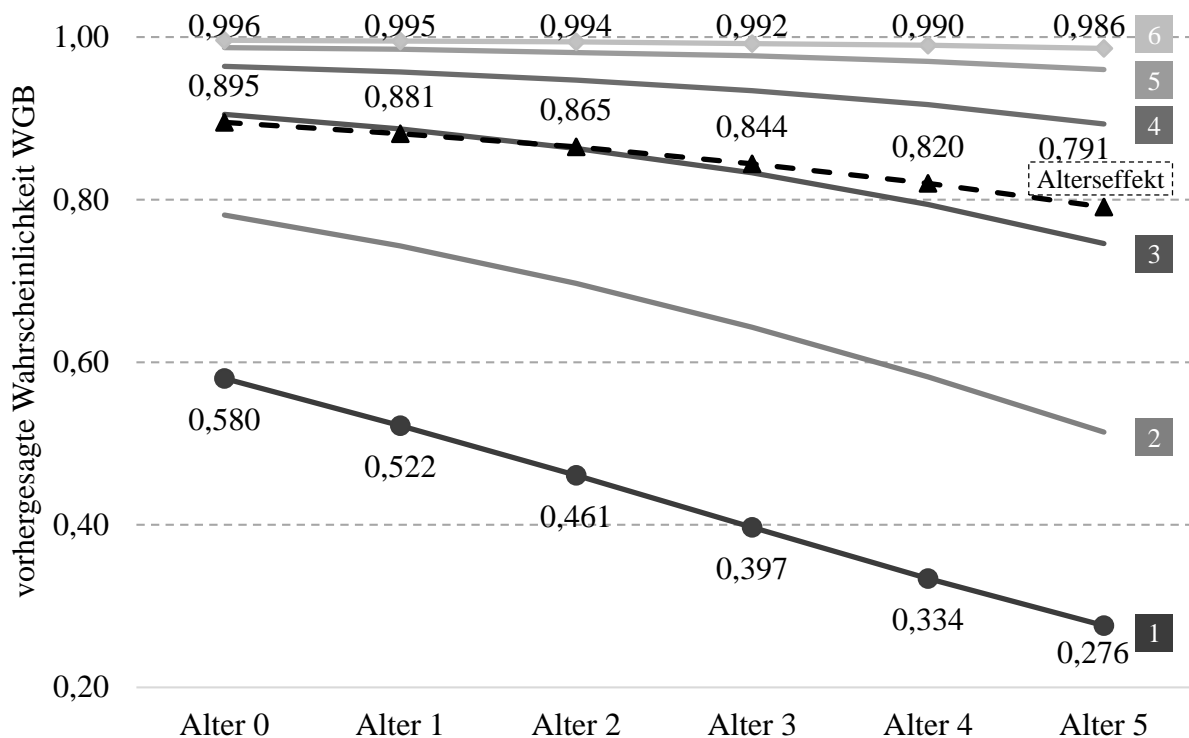
Abbildung 6: Marginale Effekte differenziert nach intrinsischer und extrinsischer Motivation

Interessant ist die Beobachtung, dass *sehr hoch extrinsisch motivierte* Existenzgründer im Entwicklungsprozess ab Gründung bis 5 Jahre nach Gründung nahezu konstante Wahrscheinlichkeitswerte der WGB aufweisen, die mit 96,6 % bei Gründung und 98,6 % nach 5 Jahren sogar sehr nahe an 100 % WGB-Wahrscheinlichkeit liegen. Sehr hoch

²⁴ Statistische Signifikanz im Logit-Koeffizienten wird nicht erreicht. Dieser Befund kann mit der Beobachtung zusammen hängen, dass in den unteren Stufen der extrinsischen Motivation (Ausprägungen 1,2 und 3) die Wahrscheinlichkeitskurven nahezu *parallel* verlaufen und nur für die *hohen Level* an extrinsischer Motivation (ab Ausprägung 4 und höher) die Kurven *nicht parallel* liegen (Abb. 7).

extrinsisch motivierte Gründer sind damit unabhängig vom Unternehmensalter durchweg zufrieden und das auf einem sehr hohen Niveau. Hinzu kommt die Beobachtung, dass die sehr hoch motivierten, extrinsisch getriebenen Gründer auch im Vergleich zu den sehr hoch motivierten, intrinsisch getriebenen Gründern in *allen* Altersstufen *höhere* WGB-Niveaus aufweisen (vgl. Abb. 5 und Abb. 7). Es bestätigt sich erneut, dass der extrinsischen Motivation ein sehr gewichtiger und sogar über dem Einfluss der intrinsischen Motivation anzunehmender Effekt zur Vorhersage der WGB von Gründern zukommt.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass *Hypothese 2b* nicht bestätigt werden kann. In der detaillierten, grafischen Analyse ist zwar ein moderierender Einfluss des Unternehmensalters auf den Zusammenhang zwischen extrinsischer Motivation und WGB zu erkennen, diesem sollte aber inhaltlich weniger Bedeutung zugeschrieben werden. Vielmehr kommt die Studie zu dem inhaltlichen Ergebnis, dass gerade die extrinsische Motivation in der *ganzen* Frühentwicklungszeit, ob im Gründungsjahr oder nach 5 Jahren, von äußerst großer Bedeutung für die WGB ist. Extrinsisch besonders *hoch motivierte* Existenzgründer weisen nicht nur überaus hohe WGB-Niveaus auf, deren WGB-Wahrscheinlichkeit bleibt sogar unabhängig vom Unternehmensalter nahezu auf konstantem Niveau und weitgehend stabil gegenüber dem Effekt unternehmerischer Desillusionierung (Schulte 2011).



N=1.322.

Anmerkung: Vorhergesagte Wahrscheinlichkeiten (AAPs) der WGB differenziert nach intrinsischem Motivationstyp (Legende: 1 = sehr demotivierend bis 6 = sehr motivierend). Die gestrichelte Linie markiert den reinen Alterseffekt (ceteris paribus: Abnahme der AAPs der WGB mit zunehmendem Unternehmensalter). Berechnungsgrundlage ist das Gesamtmodell (Modell 1).

Abbildung 7: Vorhergesagte Wahrscheinlichkeiten WGB. Interaktion extrinsische Motivation und Unternehmensalter

Ein abschließender Vergleich der Abbildung 5 und Abbildung 7 dokumentiert die Beobachtung, dass mit zunehmendem Unternehmensalter die WGB-Wahrscheinlichkeiten von *intrinsisch sehr demotivierten* Gründer zunimmt und sogar höher ist als die der *extrinsisch sehr demotivierten* Gründer. Extrinsisch sehr demotivierte Gründer weisen

dagegen mit zunehmendem Unternehmensalter fallende WGB-Wahrscheinlichkeiten auf. Scheinbar ist es den *intrinsisch sehr demotivierten* Gründern möglich, im Laufe der Unternehmensentwicklung ihre Zufriedenheit vor allem aus anderen Faktoren abzuleiten, wie z. B. den monetären Ergebnissen ihrer Selbstständigkeit, die sich mit zunehmendem Unternehmensalter verstärkt auch bemerkbar machen dürften, wodurch auch die WGB-Wahrscheinlichkeit steigt. Demgegenüber scheinen *extrinsisch sehr demotivierte* Gründer nachhaltige Zufriedenheit nicht über andere Anreize, die z. B. intrinsischer Natur sind, kompensieren zu können, so dass sich deren WGB im Laufe der Unternehmensentwicklung sogar noch weiter verringert und sich der mit dem Unternehmensalter einsetzende Effekt unternehmerischer Desillusionierung (Schulte 2011) verstärkt bemerkbar macht. Für bereits *im Gründungsjahr gering extrinsisch motivierte* Existenzgründer greifen offenbar beide Effekte, die große Bedeutung hoher extrinsischer Motivation in der gesamten Frühentwicklung (1) und die einsetzende unternehmerische Desillusionierung im Zeitverlauf (2). Diese führen zu den beobachteten minimalen WGB-Werten des Existenzgründers.

	Probit Koeffizient	Relogit Koeffizient
Kontrollvariablen		
Personenbezogene Faktoren		
Geschlecht: männlich	0,076 (0,168)	0,119 (0,309)
Alter Existenzgründer	-0,078 (0,064)	-0,156 (0,117)
Alter Existenzgründer (quadriert)	0,001 (0,001)	0,002 (0,002)
Firmenbezogene Faktoren		
Rechtsform (Referenz: Personengesellschaft)		
Einzelunternehmen	-0,010 (0,164)	-0,149 (0,294)
Kapitalgesellschaft	0,517* (0,284)	0,862 (0,532)
Größe		
Größe (logarithmiert)	0,091 (0,215)	0,182 (0,389)
Überleben		
Marktaustritt	-0,449** (0,227)	-0,745* (0,395)
Umfeldbezogene Faktoren		
Branche (Referenz: personenbezogene Dienstleistungen)		
Bauhauptgewerbe	-0,098 (0,175)	-0,235 (0,314)
Ausbaugewerbe	-0,096 (0,148)	-0,220 (0,272)
Handwerk für den gewerblichen Bedarf	-0,443* (0,227)	-0,809* (0,418)
Kraftfahrzeuggewerbe	-0,433** (0,219)	-0,779** (0,391)
Lebensmittelgewerbe	-0,564 (0,381)	-1,225* (0,654)

Fortsetzung nächste Seite

Gesundheitsgewerbe	-0,003 (0,259)	-0,103 (0,460)
<i>Geschäftsklima</i>		
Derzeitige Geschäftslage	0,359** (0,156)	0,509* (0,267)
Zukünftige Geschäftslageerwartung	0,346** (0,140)	0,623*** (0,241)
Unabhängige Variablen		
Alter des Unternehmens	0,198 (0,242)	0,602 (0,456)
Intrinsische Motivation	0,594*** (0,158)	1,123*** (0,297)
Extrinsische Motivation	0,529*** (0,122)	1,136*** (0,240)
Interaktion		
Intrinsische Motivation x Alter des Unternehmens	-0,091* (0,053)	-0,181* (0,098)
Extrinsische Motivation x Alter des Unternehmens	0,024 (0,042)	-0,018 (0,081)
Konstante	-1,989 (1,407)	-3,809 (2,558)
<hr/>		
N	1.322	1.322
Wald χ^2 (robuste Std.-Error)	242,23***	215,44***
df	20	20
Pseudo R ²	0,330	0,333

Standardfehler in Klammern.

Signifikanzniveau: *** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1.

Tabelle 3: Probit- und Relogit-Schätzung

5. Schlussbetrachtung

Die vorliegende Studie hat den Einfluss der unternehmerischen Motivation auf die WGB von Existenzgründern in Abhängigkeit vom Unternehmensalter untersucht. Die Wiedergründungsbereitschaft zielt dabei auf eine zusammenfassende Bewertung der nachhaltigen Zufriedenheit des Gründers mit der Selbstständigkeit ab. Für die empirische Untersuchung ist ein großzahliger Datensatz von 1.332 Unternehmen herangezogen worden, die als *vollerwerbliche* KKV neu gegründet worden sind. Die Studie greift die Beobachtung von Schulte (2011), dass in der Nachgründungsphase der Existenzgründung mit zunehmendem Unternehmensalter die Zufriedenheit des Gründers abnimmt, auf und integriert in einer ganzheitlichen Betrachtung den gesamten Frühentwicklungszeitraum im Forschungsdesign.

Die empirischen Ergebnisse zeigen, dass *finanzielle* Motivationsfaktoren maßgeblich für eine hohe und nachhaltige Selbstständigkeitszufriedenheit sind. Intrinsisch motiviertes Unternehmertum alleine macht vollerwerbliche Existenzgründer langfristig nicht nachhaltig zufriedener als alleiniges extrinsisch motiviertes Unternehmertum. Gerade mit fortbestehender Neugründung sind selbst *intrinsisch sehr hoch motivierte* Gründer nach 5 Jahren nicht zufriedener (82,8 % WGB) als *extrinsisch sehr hoch motivierte* Gründer (98,6 % WGB). Der positive Effekt der extrinsischen Motivation auf die WGB-Wahrscheinlichkeit dominiert den positiven Effekt der intrinsischen Motivation. Wird die anfängliche Euphorie für die Existenzgründung bei Gründung verstärkt von intrinsischen Motiven dominiert [hohe Motivationsausprägungen vgl. Schulte (2011)], folgt spätestens im Entwicklungsverlauf der Gründung eine realistischere Beurteilung der Selbstständigkeit. Dabei werden auch Erfahrungswerte und das eingesetzte Human- und Finanzkapital berücksichtigt und die Beurteilung der Selbstständigkeit schließlich entscheidend von insbesondere monetären Einflussfaktoren determiniert. Nicht in den Einkommenserwartungen enttäuscht zu werden und langfristig sogar höhere Einkommen aus der Selbstständigkeit generieren zu können, als aus abhängiger Beschäftigung, wie jüngste Studien für Deutschland belegen (Martin 2013; Martin und Hopp 2014; Sorgner et al. 2014; Andre et al. 2015), unterstützen dabei offenbar die hohe WGB und nachhaltige Zufriedenheit mit der Selbstständigkeit, die Existenzgründer aus hoher extrinsischer unternehmerischer Motivation generieren können.

Weiter konnte die Studie zeigen, dass der Einfluss intrinsischer Motivationsfaktoren auf die WGB von Existenzgründern in der Start- und Gründungsphase am stärksten ist, dieser Einfluss nicht-monetärer Motivatoren auf die Selbstständigkeitszufriedenheit aber im Laufe der Unternehmensentwicklung immer mehr nachlässt. *Sehr hoch motivierte* Existenzgründer, die *intrinsisch* über Motive wie Selbstverwirklichung, Autonomie und die Verantwortung gegenüber der Familie und den Mitarbeitern angetrieben sind, weisen im Gründungsjahr WGB-Wahrscheinlichkeiten von über 95 % auf, wohingegen *intrinsisch sehr demotivierten* Gründern im Gründungsjahr nur eine WGB-Wahrscheinlichkeit von 35 % prognostiziert wird. Der Vergleich mit *extrinsisch sehr demotivierten* Gründern im Gründungsjahr, deren WGB-Wahrscheinlichkeit immerhin bei knapp 60 % liegt, unterstreicht die Bedeutung der intrinsischen Motivation gerade in der Startphase. Eine fehlende extrinsische Motivation kann scheinbar über andere, vermutlich eher intrinsisch ausgerichtete Motivatoren kompensiert werden, wohingegen sich aber umgekehrt offenbar eine fehlende intrinsische Motivation in der Startphase nicht etwa durch extrinsische monetäre Motivatoren kompensieren lässt. Diese Beobachtung kehrt sich zum Ende in der Frühentwicklungsphase um. In den Jahren nach der Gründung nimmt der Einfluss der intrinsischen Motivation auf die WGB signifikant ab bis

zum Ende der Frühentwicklung nur noch ein relativer Effekt von 3,3 %²⁵ (0,026/0,791) auf die WGB-Wahrscheinlichkeit prognostiziert werden kann. Fehlende intrinsische Motivation zu unternehmerischem Handeln führt zum Ende der Frühentwicklung zwar zu geringerer WGB, intrinsisch sehr demotivierte Gründertypen weisen aber trotzdem Werte von knapp 70 % WGB auf, wohingegen sich extrinsisch sehr demotivierte Selbstständige nur noch zu 27 % bereit erklären, sich mit dem Wissen der Gegenwart erneut für die Selbstständigkeit zu entscheiden. Mit fortbestehender Gründung können scheinbar extrinsische, monetäre Nutzenbestandteile nicht vorhandene intrinsische und nicht-monetäre Nutzenbestandteile kompensieren, aber nicht vice versa.

In der multivariaten Analyse war die Kontrollvariable zum zukünftigen Marktausscheiden signifikant. Erhöhte Gefahr des zukünftigen Marktausscheidens wirkt sich negativ auf die nachhaltige Zufriedenheit aus. Gerade auch der umgekehrte Einfluss, wonach erhöhte Unzufriedenheit des Existenzgründers zum Marktausscheiden führen kann, stellt eine interessante Fragestellung für *künftigen Forschungsbedarf* dar. Sind unzufriedenere Existenzgründer auch weniger bereit dazu, an einem wirtschaftlich eher schlecht dastehenden Unternehmen festzuhalten? DeTienne et al. (2008) kommen in ihrer Untersuchung zur Analyse zum „Festhalten“ an leistungsschwächeren Unternehmen zu dem Ergebnis, dass bei Existenzgründern die Bereitschaft, ein leistungsschwaches Unternehmen fortzuführen, steigt, je mehr Zeit, Geld und Energie sie bis dahin in die Unternehmung investiert haben und dass dieser Zusammenhang sogar noch stärker ist, wenn die Gründer besonders stark extrinsisch motiviert sind.

Über die empirischen Erkenntnisse hinaus, leistet die Studie auch *methodisch* im Bereich der empirischen Gründungsforschung in dreierlei Hinsicht einen wichtigen Beitrag für das Forschungsfeld. *Erstens* geht sie methodisch über die reine Interpretation der Richtung und der statistischen Signifikanz von Effekten in binär logistischen Modellen hinaus, indem sie neben Maßzahlen zur statistischen Signifikanz vor allem Instrumente und Methoden anwendet, die auch die praktische Relevanz und Bedeutung der Ergebnisse aufzuzeigen und inhaltlich zu interpretieren vermögen.²⁶ *Zweitens* bietet sie für die empirische Gründungsforschung ein Vorbild in der Analyse konditionaler Hypothesen, die wissenschaftlichen Maßstäben gerecht werden (Brambor et al. 2006). Es hat sich zwar in der empirischen Forschung etabliert, bedingte Hypothesen über multiplikative Verknüpfung der unabhängigen Variablen im Regressionsmodell zu integrieren (Long 1997, S. 34–113; Long und Freese 2001, S. 99–136; Wooldridge 2009, S. 575 ff.; Wolf und Best 2010, S. 827–854; Best und Wolf 2012), die Umsetzung und Interpretation ist aber häufig noch fehlerhaft und es werden falsche Schlussfolgerungen gezogen (Brambor et al. 2006).²⁷ *Drittens*, dient die gewählte Methodik nicht nur der Beantwortung der forschungsleitenden Hypothesen, sondern liefert darüber hinaus tiefergehende Einblicke zur unternehmerischen Motivation im Kontext der Unternehmensfrühentwicklung – wie beispielsweise die Ergebnisse zu den prognostizierten WGB-Wahrscheinlichkeiten unterschiedlicher Motivationstypen im Zeitverlauf nahelegen.

Die Ergebnisse der Studie liefern eine Reihe von *praktischen* und *theoretischen Implikationen*. Aus theoretischer Sicht zeigt sich, dass es angemessen ist, unternehmerische Motivation, aber auch unterschiedliche Motivationstypen von Existenzgründern im Kontext

²⁵ Bei einer WGB-Wahrscheinlichkeit von 79,1 % im 5. Jahr (AAP).

²⁶ Wie von den Publikationsgrundsätzen renommierter wissenschaftlicher Fachverbände explizit gefordert (z. B. American Psychological Association 2009).

²⁷ Brambor et al. 2006 kommen in ihrer Analyse von 156 Artikeln in drei führenden politikwissenschaftlichen Zeitschriften der Jahrgänge 1998 bis 2002, die konditionale Hypothesen untersucht haben, zu dem ernüchternden Fazit, dass nur 16 der 156 Artikel (10 %) methodisch nicht zu bemängeln sind.

der Unternehmensfrühentwicklung und Selbstständigkeitszufriedenheit detaillierter zu untersuchen. Die Ergebnisse liefern wertvolle Erkenntnisse zu den Zufriedenheitsverläufen von Existenzgründern unterschiedlicher unternehmerischer Motivation (intrinsisch vs. extrinsisch) und von unterschiedlichen Motivationstypen (sehr demotiviert bis sehr motiviert). Herausgegriffen sei hier beispielsweise die Beobachtung, dass die Zufriedenheit *extrinsisch sehr hoch motivierter* Gründertypen nicht nur in der Anfangsphase sehr hoch ist, sondern im Zeitverlauf nahezu konstant bleibt. Dagegen sind *extrinsisch sehr demotivierte* Typen zum Gründungszeitpunkt weniger zufrieden und deren Unzufriedenheit nimmt im Zeitverlauf noch weiter zu. Empirische Evidenzen, die sich für die *intrinsische Motivation* im Kontext der Frühentwicklung und in Abhängigkeit vom Motivationstypen wiederum ganz anders darstellen (vgl. Kapitel 4). Die Ergebnisse der vorliegenden Studie legen weitere, vor allem, Längsschnittuntersuchungen in diesem Forschungsfeld für **zukünftigen Forschungsbedarf** nahe. Forschungsbedarf besteht darüber hinaus in der weiteren Theorieentwicklung zur WGB allgemein und im Kontext der Unternehmensentwicklung. Neben den Aspekten der unternehmerischen Motivation sind vor allem auch Aspekte wie Persönlichkeitsmerkmale oder soziodemographische Merkmale (z. B. Familienstand und Bildungshintergrund) im Kontext der WGB von Interesse. Andererseits bietet die Einbettung der Gründerperson in soziale Netzwerke einen interessanten Untersuchungsgegenstand im Kontext weiterer Determinanten der WGB an. Replikationsstudien in anderen Wirtschaftsbereichen auch außerhalb des Handwerks und Deutschlands sind empfehlenswert.

In Bezug auf die **Beratungspraxis** ergeben sich *praktische Implikationen*: Berater sind angehalten, potentielle Gründer dafür zu sensibilisieren, dass ihre anfängliche Euphorie für die Existenzgründung, wenn diese sehr stark intrinsisch motiviert ist und die Entscheidung für die Selbstständigkeit weniger aus monetären Nutzensvorteilen getroffen worden ist, mit fortschreitendem Gründungsprojekt deutlich abfallen kann. Und, dass im Zeitverlauf Desillusionierung und Unzufriedenheit mit der Entscheidung zur Selbstständigkeit eintreten können. Gründer sogenannter Non-Profit-Unternehmen („Social Entrepreneurs“), deren primären Ziele intrinsisch motiviert sind, sind dadurch besonders gefährdet. Daraus folgt **Handlungsbedarf** in dreifacher Hinsicht. *Erstens*, Berater werden aufgefordert, Existenzgründer im Vollerwerb die Bedeutung monetärere Motivationsfaktoren neben der reinen intrinsischen Motivation vor Augen zu halten. *Zweitens*, die Beratungspraxis ist aufgefordert, Unternehmensneugründer langfristig, aber vor allem im Frühentwicklungszeitraum, zu begleiten, damit Phasen der Desillusionierung nicht mit weniger Engagement des Selbstständigen oder gar der Geschäftsaufgabe verbunden sind. *Drittens*, die Ergebnisse haben gezeigt, dass gerade Existenzgründern, die sehr hoch extrinsisch motiviert zu unternehmerischem Handeln angetrieben sind, hohe Chancen auf eine nachhaltige und hohe Zufriedenheit mit der Selbstständigkeit prognostiziert werden. Gründer sogenannter For-Profit-Unternehmen, welche rein auf die finanziellen Renditen abzielen, gilt es in der Startphase daher besonders zu begleiten, um das Potential dieser extrinsisch angetriebenen Gründungsprojekte auch langfristig zu sichern. Für die Beratungspraxis bedeutet das, dass diese Existenzgründer verstärkt Beratung und Begleitung in der Startphase bedürfen, in der die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Neugründung noch keine zufriedenstellenden Ergebnisse erreichen dürfte und in der vor allem der intrinsischen Motivation auch eine wichtige Bedeutung zukommt.

Für den **Existenzgründer** selber stellt sich auf Grundlage der gefundenen Evidenzen ganz allgemein die Frage nach seiner unternehmerischen Motivation. Gründungsprojekte, die primär intrinsisch motiviert sind, werden unter dem beobachteten Effekt leiden, dass nachhaltige Zufriedenheit wesentlich über monetäre Motivation determiniert wird. Gründer, die nur intrinsisch oder etwa aus reinem Altruismus heraus angetrieben sind, sind besonders

gefährdet, im Laufe der Frühentwicklung einer erhöhten Unzufriedenheit mit ihrer Selbstständigkeit zu erliegen. Es besteht die Gefahr, dass, wenn die Leidenschaft (intrinsische Motivation) für das Projekt erst nachlässt, das Gründungsprojekt erhöht vom Scheitern bedroht ist. Im Gegensatz dazu können Existenzgründer reiner For-Profit-Neugründungen eine anfänglich (und auch darüber hinaus) fehlende intrinsisch motivierte Leidenschaft gut über das monetäre Ergebnis und den Profit aus der Gründung ersetzen. Vorausgesetzt, die Anfangsphase und Umsetzung der Neugründung waren erfolgreich. Für den Existenzgründer bedeuten die Ergebnisse, dass er sich der hohen Relevanz der extrinsischen Motivation bewusst sein und diese auch – nach Möglichkeit – nicht komplett in seinem Gründungsvorhaben ausklammern sollte.

Für die *Wirtschafts- und Förderungspolitik* legen die Ergebnisse die Implikation nahe, dass – wie allgemein anerkannt – nicht nur die Förderung und Begleitung der Existenzgründung am Anfang wichtig ist. Darüber hinaus sind Förderprogramme, die auf eine längerfristige Begleitung des Gründers abzielen, erstrebenswert. Die Ergebnisse legen nahe, auch im späteren Unternehmensentwicklungsverlauf Unterstützung z. B. in Form von Motivations-Coachings oder begleitenden Betreuungsangeboten für den Gründer anzubieten.

Die vorliegende Studie unterliegt **Limitationen**. Im Rahmen der Studie konnten sogenannte „pull-motivierte“ Existenzgründungen nicht kontrolliert werden (Binder und Coad 2013). Darunter sind Existenzgründungen zu fassen, die in erster Linie eine „ungewollte“ Selbstständigkeit zum Ausdruck bringen und hauptsächlich Ergebnis einer wirtschaftlichen Überlebensstrategie oder einer Arbeitslosigkeit sind. Existenzgründern „aus der Not“ wird in der Literatur eine geringere Zufriedenheit mit der Selbstständigkeit eingeräumt (Block und Wagner 2010). Kautonen und Palmroos (2010) kommen in ihrer Untersuchung zur Zufriedenheit pull-getriebener Existenzgründungen allerdings zu dem Ergebnis, dass der negative Effekt der Notgründung auf die Selbstständigkeitszufriedenheit eher gering ist und nicht dauerhaft die Zufriedenheit negativ beeinflussen kann.²⁸ Von größerer Bedeutung sei, dass die Gründung den Existenzgründer langfristig mit einem zufriedenstellenden Lebensunterhalt versorgen kann, so dass der anfängliche negative Effekt der pull-Motive vom positiven Einkommenseffekt übertroffen wird.²⁹ Nach Kautonen und Palmroos (2010) fördert besonders der Ausbau und das Training der beruflichen Qualifikationen der Notgründerperson die Entwicklung dieser Gründungen zu wirtschaftlich funktionsfähigen Unternehmen. In Übertragung der Ergebnisse auf die vorliegende Studie ist daher anzunehmen, dass die Ergebnisse auch ohne Kontrolle für pull-getriebene Existenzgründungen robust bleiben dürften. Im Fokus stehen vollerwerbliche Existenzgründungen im Handwerk, deren Gründerpersonen auf eine handwerkliche wie betriebswirtschaftliche Ausbildung von höchsten Qualifikationsstandards zurückblicken dürften und die durch umfangreiche Beratungs- und Weiterbildungsangebote der Handwerkskammern in der Gründungsphase unterstützt werden. Die von Kautonen und Palmroos (2010) postulierten nötigen beruflichen Qualifikationen zur Führung eines profitablen Unternehmens sind gegeben oder zumindest ist die Förderung dieser durch die Kammern abgesichert.³⁰

²⁸ Kautonen und Palmroos (2010) messen für den Effekt der Notgründung auf die nachhaltige Zufriedenheit von Existenzgründern einen Erklärungsbeitrag zur Zufriedenheit von 3,4 % (vgl. Kautonen und Palmroos 2010, S. 294).

²⁹ Studien belegen, dass sich Existenzgründungen aus Not im Laufe der Zeit zu einer attraktiven Alternative zur abhängigen Beschäftigung entwickeln können (Hinz und Jungbauer-Gans 1999).

³⁰ Vgl. Schulte 2002, S. 34–40.

6. Literaturverzeichnis

- Ai, Chunrong; Norton, Edward C. (2003): Interaction Terms in Logit and Probit Models. In: *Economics Letters* 80 (1), S. 123–129.
- American Psychological Association (2009): *Publication Manual of the American Psychological Association*. 6. Auflage. Washington, DC: American Psychological Association.
- Amit, Raphael; MacCrimmon, Kenneth R.; Zietsma, Charlene; Oesch, John M. (2000): Does Money Matter? Wealth Attainment As the Motive for Initiating Growth-Oriented Technology Ventures. In: *Journal of Business Venturing* 16 (1), S. 119–143.
- Andersson, Pernilla (2008): Happiness and Health: Well-being Among the Self-Employed. In: *The Journal of Socio-Economics* 37 (1), S. 213–236.
- Andre, Audrey; Depauw, Sam; Martin, Shane (2015): Electoral Systems and Legislators' Constituency Effort: The Mediating Effect of Electoral Vulnerability. In: *Comparative Political Studies* 48 (4), S. 464–496.
- Åstebro, Thomas; Chen, Jing (2014): The Entrepreneurial Earnings Puzzle: Mismeasurement or Real? In: *Journal of Business Venturing* 29 (1), S. 88–105.
- Bagozzi, Richard P.; Yi, Youjae (1989): On the Use of Structural Equation Models in Experimental Designs. In: *Journal of Marketing Research* 26 (3), S. 271–284.
- Balli, Hatice Ozer; Sørensen, Bent E. (2013): Interaction Effects in Econometrics. In: *Empirical Economics* 45 (1), S. 583–603.
- Baum, J. Robert; Locke, Edwin A.; Smith, Ken G. (2001): A Multidimensional Model of Venture Growth. In: *Academy of Management Journal* 44 (2), S. 292–303.
- Benz, Matthias; Frey, Bruno S. (2004): Being Independent Raises Happiness at Work. In: *Swedish Economic Policy Review* 11 (2), S. 95–134.
- Benz, Matthias; Frey, Bruno S. (2008a): Being Independent Is a Great Thing: Subjective Evaluations of Self-Employment and Hierarchy. In: *Economica* 75 (298), S. 362–383.
- Benz, Matthias; Frey, Bruno S. (2008b): The Value of Doing What You Like: Evidence from the Self-Employed in 23 Countries. In: *Journal of Economic Behavior & Organization* 68 (3-4), S. 445–455.
- Berglann, Helge; Moen, Espen R.; Røed, Knut; Skogstrøm, Jens Fredrik (2011): Entrepreneurship: Origins and Returns. In: *Labour Economics* 18 (2), S. 180–193.
- Best, Henning; Wolf, Christof (2010): Logistische Regression. In: Christof Wolf und Henning Best (Hg.): *Handbuch der sozialwissenschaftlichen Datenanalyse*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 827–854.
- Best, Henning; Wolf, Christof (2012): Modellvergleich und Ergebnisinterpretation in Logit- und Probit-Regressionen. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 64 (2), S. 377–395.
- Binder, Martin; Coad, Alex (2013): Life Satisfaction and Self-Employment: A Matching Approach. In: *Small Business Economics* 40 (4), S. 1009–1033.
- Blanchflower, David G.; Oswald, Andrew; Stutzer, Alois (2001): Latent Entrepreneurship across Nations. In: *European Economic Review* 45 (4-6), S. 680–691.

- Blanchflower, David G.; Oswald, Andrew J.* (2004): Well-Being over Time in Britain and the USA. In: *Journal of Public Economics* 88 (7-8), S. 1359–1386.
- Block, Joern; Koellinger, Philipp* (2009): I Can't Get No Satisfaction - Necessity Entrepreneurship and Procedural Utility. In: *Kyklos* 62 (2), S. 191–209.
- Block, Joern; Thurik, Roy; van der Zwan, Peter; Walter, Sascha* (2012): Business Takeover or New Venture? Individual and Environmental Determinants From a Cross-Country Study. In: *Entrepreneurship Theory and Practice* 37 (5), S. 1099–1121.
- Block, Joern H.; Wagner, Marcus* (2010): Necessity and Opportunity Entrepreneurship in Germany: Characteristics and Earnings Differentials. In: *Schmalenbach Business Review* 62, S. 154–174.
- Bortz, Jürgen; Döring, Nicola* (2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. 4. Auflage. Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Bradley, Don E.; Roberts, James A.* (2004): Self-Employment and Job Satisfaction: Investigating the Role of Self-Efficacy, Depression, and Seniority. In: *Journal of Small Business Management* 42 (1), S. 37–58.
- Brambor, Thomas; Clark, William Roberts; Golder, Matt* (2006): Understanding Interaction Models: Improving Empirical Analyses. In: *Political Analysis* 14 (1), S. 63–82.
- Brandstätter, Hermann* (1997): Becoming an Entrepreneur - A Question of Personality Structure? In: *Journal of Economic Psychology* 18 (2-3), S. 157–177.
- Carree, Martin A.; Verheul, Ingrid* (2012): What Makes Entrepreneurs Happy? Determinants of Satisfaction Among Founders. In: *Journal of Happiness Studies* 13 (2), S. 371–387.
- Carter, Nancy M.; Gartner, William B.; Shaver, Kelly G.; Gatewood, Elizabeth J.* (2003): The Career Reasons of Nascent Entrepreneurs. In: *Journal of Business Venturing* 18 (1), S. 13–39.
- Cooper, Arnold C.; Artz, Kendall W.* (1995): Determinants of Satisfaction for Entrepreneurs. In: *Journal of Business Venturing* 10 (6), S. 439–457.
- DeTienne, Dawn R.; Shepherd, Dean A.; De Castro, Julio O.* (2008): The Fallacy of “Only the Strong Survive”: The Effects of Extrinsic Motivation on the Persistence Decisions for Under-performing Firms. In: *Journal of Business Venturing* 23 (5), S. 528–546.
- Europäische Union (2003): Empfehlung der Kommission vom 6. Mai 2003 betreffend die Definition der Kleinstunternehmen sowie der kleinen und mittleren Unternehmen. Amtsblatt der Europäischen Union L124/36 vom 20.05.2003 (AktENZEICHEN K(2003) 1422). Online verfügbar unter <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32003H0361&from=DE>, zuletzt geprüft am 06.05.2015.
- Frey, Bruno S.; Benz, Matthias; Stutzer, Alois* (2004): Introducing Procedural Utility: Not Only What, but Also How Matters. In: *Journal of Institutional and Theoretical Economics* 160 (3), S. 377–401.
- Friedrich, Robert J.* (1982): In Defense of Multiplicative Terms in Multiple Regression Equations. In: *American Journal of Political Science* 26 (4), S. 797–833.
- Gartner, William; Liao, Jianwen* (2012): The Effects of Perceptions of Risk, Environmental Uncertainty, and Growth Aspirations on New Venture Creation Success. In: *Small Business Economics* 39 (3), S. 703–712.

- Gautschi, Thomas* (2010): Maximum-Likelihood Schätztheorie. In: Christof Wolf und Henning Best (Hg.): Handbuch der sozialwissenschaftlichen Datenanalyse. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 205–235.
- Gazioglu, Saziye; Tansel, Aysit* (2006): Job Satisfaction in Britain: Individual and Job Related Factors. In: *Applied Economics* 38 (10), S. 1163–1171.
- Giannetti, Mariassunta; Simonov, Andrei* (2009): Social Interactions and Entrepreneurial Activity. In: *Journal of Economics & Management Strategy* 18 (3), S. 665–709.
- Hair, Joseph F.* (1998): Multivariate Data Analysis. 5. Auflage. Upper Saddle River, NJ u. a.: Prentice Hall.
- Hamilton, Barton H.* (2000): Does Entrepreneurship Pay? An Empirical Analysis of the Returns of Self-Employment. In: *The Journal of Political Economy* 108 (3), S. 604–631.
- Hammarstedt, Mats* (2009): Predicted Earnings and the Propensity for Self-Employment. In: *International Journal of Manpower* 30 (4), S. 349–359.
- Hessels, Jolanda; van Gelderen, Marco; Thurik, Roy* (2008): Entrepreneurial Aspirations, Motivations, and Their Drivers. In: *Small Business Economics* 31 (3), S. 323–339.
- Hinz, Thomas; Jungbauer-Gans, Monika* (1999): Starting a Business after Unemployment: Characteristics and Chances of Success (Empirical Evidence from a Regional German Labour Market). In: *Entrepreneurship & Regional Development* 11 (4), S. 317–333.
- Homburg, Christian; Koschate, Nicole* (2007): Kundenzufriedenheit und Kundenbindung. In: Sönke Albers und Andreas Herrmann (Hg.): Handbuch Produktmanagement. Strategieentwicklung - Produktplanung - Organisation - Kontrolle. 3. Auflage. Wiesbaden: Gabler Verlag, S. 843–868.
- Hundley, Greg* (2001): Why and When Are the Self-Employed More Satisfied with Their Work? In: *Industrial Relations* 40 (2), S. 293–316.
- Hytti, Ulla; Kautonen, Teemu; Akola, Elisa* (2013): Determinants of Job Satisfaction for Salaried and Self-Employed Professionals in Finland. In: *The International Journal of Human Resource Management* 24 (10), S. 2034–2053.
- Hyytinen, Ari; Ruuskanen, Olli-Pekka* (2007): Time Use of the Self-Employed. In: *Kyklos* 60 (1), S. 105–122.
- Kautonen, Teemu; Palmroos, Jenni* (2010): The impact of a necessity-based start-up on subsequent entrepreneurial satisfaction. In: *International Entrepreneurship and Management Journal* 6 (3), S. 285–300.
- King, Gary; Zeng, Langche* (2001): Logistic Regression in Rare Events Data. In: *Political Analysis* 9 (2), S. 137–163.
- Kohn, Karsten; Spengler, Hannes* (2009): Abwärtsdynamik im Gründungsgeschehen gebremst – weiterhin wenige innovative Projekte. Jährliche Analyse von Struktur und Dynamik des Gründungsgeschehens in Deutschland. KfW Bankengruppe. Frankfurt am Main (KfW-Gründungsmonitor 2009). Online verfügbar unter <https://www.kfw.de/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Gr%C3%BCndungsmonitor/Gr%C3%BCndungsmonitor-2009-lang.pdf>, zuletzt geprüft am 06.05.2015.
- Kohn, Karsten; Ullrich, Katrin* (2012): Die Mär vom Gründer im Glück – Gründungsentscheidung und subjektive Lebenszufriedenheit. In: *ZfKE – Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship* 60 (2), S. 137–161.

- Lambertz, Stefanie; Schulte, Reinhard (2013): Consolidation Period in New Ventures: How Long Does It Take to Establish a Start-Up? In: *International Journal of Entrepreneurial Venturing* 5 (4), S. 369–390.
- Lange, Thomas (2012): Job Satisfaction and Self-Employment: Autonomy or Personality? In: *Small Business Economics* 38 (2), S. 165–177.
- Lewin-Epstein, Noah; Yuchtman-Yaar, Ephraim (1991): Health Risks of Self-Employment. In: *Work and Occupations* 18 (3), S. 291–312.
- Long, J. Scott (1997): *Regression Models for Categorical and Limited Dependent Variables*. Thousand Oaks, California - London - New Delhi: Sage Publishing.
- Long, J.Scott; Freese, Jeremy (2001): *Regression Models for Categorical Dependent Variables Using Stata*. College Station, Tex.: Stata Press.
- Martin, Johannes (2013): The Impact on Earnings When Entering Self-Employment - Evidence for Germany. Working Paper. DIW Berlin. Berlin (SOEPPapers on Multidisciplinary Panel Data Research, No. 537). Online verfügbar unter https://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.415686.de/diw_sp0537.pdf, zuletzt geprüft am 06.05.2015.
- Martin, Johannes; Hopp, Christian (2014): Self-Employment and Earnings – Evidence for Germany. Diskussionspapier. German Economic Association of Business Administration. Vallendar (Discussion Paper Series in Economics and Management, No. 14-19). Online verfügbar unter http://geaba.de/DP/DP-14_19.pdf, zuletzt geprüft am 06.05.2015.
- Millán, José María; Hessels, Jolanda; Thurik, Roy; Aguado, Rafael (2013): Determinants of Job Satisfaction: A European Comparison of Self-Employed and Paid Employees. In: *Small Business Economics* 40 (3), S. 651–670.
- Nagy, Mark S. (2002): Using a Single-Item Approach to Measure Facet Job Satisfaction. In: *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 75 (1), S. 77–86.
- Nunnally, Jum C.; Bernstein, Ira H. (1967): *Psychometric Theory*. New York, NY u. a.: McGraw-Hill.
- Pakura, Stefanie (2016): Determinanten der Wiedergründungsbereitschaft. Eine empirische Untersuchung der Aspekte nachhaltiger Zufriedenheit deutscher Existenzgründer. In: *ZfKE – Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship* (In Kürze erscheinend).
- Pakura, Stefanie; Pakura, Adalbert (2015): The Impact of Entrepreneurs' Facebook Activity on the Success of Small Firms. An Empirical Study in the German Crafts Business Sector. In: *Die Betriebswirtschaft (DBW)* (forthcoming).
- Parker, Simon C. (2009): *The Economics of Entrepreneurship*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Schulte, Reinhard (2002): Finanzierungs- und Wachstumstheoretische Aspekte der Frühentwicklung von Unternehmungen und deren empirische Analyse. Habilitation. Technische Universität Dortmund, Dortmund.
- Schulte, Reinhard (2011): Unternehmerische Desillusionierung nach einer Existenzgründung. In: *ZfKE – Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship* 59 (3), S. 149–167.
- Sorgner, Alina; Fritsch, Michael; Kritikos, Alexander (2014): Do Entrepreneurs Really Earn Less? Diskussionspapier. DIW Berlin. Berlin (Discussion Papers, No. 1425). Online verfügbar unter

http://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.489466.de/dp1425.pdf, zuletzt geprüft am 06.05.2015.

Statistisches Bundesamt (2011): Produzierendes Gewerbe. Unternehmen, tätige Personen und Umsatz im Handwerk. Jahresergebnisse 2008 (Fachserie 4 Reihe 7.2). Online verfügbar unter

https://www.destatis.de/GPStatistik/servlets/MCRFileNodeServlet/DEHeft_derivate_00005245/2040720087004.pdf, zuletzt geprüft am 06.05.2015.

Tabachnick, Barbara G.; Fidell, Linda S. (2007): *Using Multivariate Statistics*. 5. internationale Auflage. Boston, Mass. u. a.: Pearson/Allyn and Bacon.

Taylor, Mark P. (1996): Earnings, Independence, or Unemployment: Why Become Self-Employed? In: *Oxford Bulletin of Economics and Statistics* 58 (2), S. 253–266.

van Gelderen, Marco; Frese, Michael; Thurik, Roy (2000): Strategies, Uncertainty and Performance of Small Business Startups. In: *Small Business Economics* 15 (3), S. 165–181.

van Gelderen, Marco; Jansen, Paul (2006): Autonomy as a Start-Up Motive. In: *Journal of Small Business and Enterprise Development* 13 (1), S. 23–32.

Wanous, John P.; Reichers, Arnon E.; Hudy, Michael J. (1997): Overall Job Satisfaction: How Good Are Single-Item Measures? In: *Journal of Applied Psychology* 82 (2), S. 247–252.

Westhead, Paul; Ucbasaran, Deniz; Wright, Mike (2005): Decisions, Actions, and Performance: Do Novice, Serial, and Portfolio Entrepreneurs Differ? In: *Journal of Small Business Management* 43 (4), S. 393–417.

Wolf, Christof; Best, Henning (Hg.) (2010): *Handbuch der sozialwissenschaftlichen Datenanalyse*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Wooldridge, Jeffrey M. (2009): *Introductory Econometrics. A Modern Approach*. 4. internationale Auflage. Mason, Ohio u. a.: South-Western Cengage Learning.

– **Anhang** –

Anhang 1: Übersicht der Variablen, ^aN = 1.322

Variablenname	Variablen Beschreibung	Mittelwert^a	Standard-abw. (S.A.)^a
Abhängige Variable			
Wiedergründungsbereitschaft	Würden Sie aus heutiger Sicht erneut Ihre Selbstständigkeit als Unternehmer(in) anstreben und wieder gründen bzw. eine Übernahme oder tätige Beteiligung eingehen? [1 = ja; 0 = nein]	0,8540	0,3532
Kontrollvariablen			
Personenbezogene Faktoren			
Geschlecht: männlich	[1 = männlich; 0 = weiblich]	0,8351	0,3712
Alter Existenzgründer	Jahre	37,7224	7,0192
Alter Existenzgründer	Jahre quadriert	1472,2110	540,5055
Firmenbezogene Faktoren			
Rechtsform			
Personengesellschaft (Referenz)	[1 = ja; 0 = nein]	0,1082	0,3107
Einzelunternehmen	[1 = ja; 0 = nein]	0,8207	0,3837
Kapitalgesellschaft	[1 = ja; 0 = nein]	0,0711	0,2571
Größe			
Größe	Personal in VZÄ, inkl. Inhaber	4,1912	3,5326
Überleben			
Marktaustritt	beobachteter Marktaustritt in den nächsten vier Jahren, bis 31.12.2012 [1 = ja; 0 = nein].	0,0408	0,1980
Umfeldbezogene Faktoren			
Branche			
personenbezogene Dienstleistungen (Referenz)	[1 = ja; 0 = nein]	0,3147	0,4646
Bauhauptgewerbe	[1 = ja; 0 = nein]	0,1672	0,3733
Ausbaugewerbe	[1 = ja; 0 = nein]	0,3154	0,4649
Handwerk für den gewerblichen Bedarf	[1 = ja; 0 = nein]	0,0643	0,2454
Kraftfahrzeuggewerbe	[1 = ja; 0 = nein]	0,0643	0,2454
Lebensmittelgewerbe	[1 = ja; 0 = nein]	0,0144	0,1191
Gesundheitsgewerbe	[1 = ja; 0 = nein]	0,0598	0,2371
Geschäftsklima			
Derzeitige Geschäftslage	Beurteilung derzeitige Geschäftslage [1 = gut/befriedigend; 0 = schlecht].	0,9130	0,2819
Zukünftige Geschäftslageerwartung	Erwartungen an Geschäftslage in den nächsten 6 Monaten [1 = besser/gleich bleibend; 0 = schlechter].	0,8767	0,3289

Fortsetzung nächste Seite

Unabhängige Variablen

Alter des Unternehmens	Jahre seit der Existenzgründung	2,2443	1,4360
<i>intrinsische Motivation</i>	<i>Was motiviert/demotiviert Sie zu unternehmerischem Engagement? Hier interessiert uns, was Sie einerseits als Unternehmer(in) antreibt und was Sie andererseits in Ihrem unternehmerischen Engagement und Wachstum stört [1 = sehr demotivierend ... 6 = sehr motivierend]:</i>		
Selbstverwirklichung	Die Möglichkeit zur Selbstverwirklichung [1 = sehr demotivierend ... 6 = sehr motivierend].	4,6589	1,1888
Verantwortung Familie	Verantwortung gegenüber Ihrer Familie [1 = sehr demotivierend ... 6 = sehr motivierend].	4,7060	1,2443
Verantwortung Mitarbeiter	Verantwortung gegenüber Ihren Mitarbeitern [1 = sehr demotivierend ... 6 = sehr motivierend].	4,8461	0,8811
eigene Organisationsmaßnahmen	Eigene Organisationsmaßnahmen im Unternehmen [1 = sehr demotivierend ... 6 = sehr motivierend].	4,5470	0,8406
intrinsische Motivation	Konstrukt aus: Selbstverwirklichung, Verantwortung Familie, Verantwortung Mitarbeiter und eigene Organisationsmaßnahmen (Cronbach $\alpha = 0,67$) [1 = sehr demotivierend ... 6 = sehr motivierend].	4,6895	0,7477
<i>extrinsische Motivation</i>	<i>Was motiviert/demotiviert Sie zu unternehmerischem Engagement? Hier interessiert uns, was Sie einerseits als Unternehmer(in) antreibt und was Sie andererseits in Ihrem unternehmerischen Engagement und Wachstum stört [1 = sehr demotivierend ... 6 = sehr motivierend]:</i>		
Einkommenserwartungen	Die gegenwärtigen Einkommenserwartungen als Unternehmer(in) [1 = sehr demotivierend ... 6 = sehr motivierend].	3,4690	1,2382
Finanzsituation im Unternehmen	Die Finanzsituation Ihres Unternehmens [1 = sehr demotivierend ... 6 = sehr motivierend].	3,7678	1,1820
extrinsische Motivation	Konstrukt aus: Einkommenserwartungen und Finanzsituation (Cronbach $\alpha = 0,74$) [1 = sehr demotivierend ... 6 = sehr motivierend].	3,6184	1,0786

Anhang 2: Korrelationsmatrix

Variablen ^a	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1 WGB	1																			
2 Geschlecht	-0,028	1																		
3 Alter Existenzgründer	-0,042	0,122***	1																	
4 Einzelunternehmen	-0,003	-0,043	-0,056*	1																
5 Kapitalgesellschaft	0,056*	0,060*	0,068*	-0,592***	1															
6 Größe (log)	0,036	0,029	-0,029	-0,351***	0,313***	1														
7 Marktaustritt	-0,099***	-0,063	-0,091***	0,007	-0,027	-0,048	1													
8 Bauhauptgewerbe	-0,021	0,166***	-0,062*	-0,139***	0,113***	0,122***	-0,011	1												
9 Ausbaugewerbe	0,004	0,258***	-0,084**	-0,022	0,015	0,072**	-0,009	-0,304***	1											
10 Gewerblichen Bedarf	-0,014	0,067*	0,085**	-0,103***	0,048	0,091***	0,055*	-0,117***	-0,178***	1										
11 Kraftfahrzeuggewerbe	-0,049	0,108***	0,051	-0,022	0,084**	-0,037	0,008	-0,117***	-0,178***	-0,069*	1									
12 Lebensmittelgewerbe	-0,022	0,002	-0,015	0,023	-0,033	0,041	-0,025	-0,054*	-0,082**	-0,032	-0,032	1								
13 Gesundheitsgewerbe	0,014	-0,069*	0,025	0,001	-0,020	-0,045	-0,020	-0,113***	-0,171***	-0,066*	-0,066*	-0,030	1							
14 Geschäftslage	0,306***	0,022	-0,039	-0,011	-0,009	0,118***	-0,113***	-0,027	0,042	0,037	-0,072**	-0,030	-0,035	1						
15 Geschäftslageerwartung	0,184***	-0,111***	-0,054*	0,053	-0,022	-0,047	-0,004	-0,177***	-0,008	0,014	0,005	0,045	0,046	0,088**	1					
16 Alter des Unternehmens	-0,179***	0,066*	0,146***	-0,070*	0,012	0,234***	-0,064*	0,057*	0,060*	0,000	-0,032	-0,021	-0,041	-0,067*	-0,133***	1				
17 Intrinsische Motivation ^b	0,333***	-0,062*	-0,032	0,009	0,036	0,014	-0,057*	0,001	-0,041	0,014	0,017	0,023	0,036	0,194***	0,117***	-0,214***	1			
18 Extrinsische Motivation ^c	0,461***	-0,039	-0,059*	0,045	0,011	0,065*	-0,108***	-0,047	0,010	0,027	-0,057*	-0,037	0,049	0,407***	0,208***	-0,219***	0,430***	1		
19 Intrinsische Motivation x Alter des Unternehmens	-0,088**	0,055*	0,131***	-0,062*	0,021	0,242***	-0,083**	0,066*	0,057*	0,004	-0,036	-0,015	-0,037	-0,013	-0,099***	0,954***	0,045	-0,108***	1	
20 Extrinsische Motivation x Alter des Unternehmens	0,062*	0,052	0,110***	-0,040	0,018	0,261***	-0,095***	0,039	0,065*	0,015	-0,051	-0,031	-0,023	0,123***	-0,015	0,859***	-0,005	0,240***	0,885***	1

^a N=1.322, ^b Konstrukt aus 4 intrinsischen Motiven, ^c Konstrukt aus 2 extrinsischen Motiven.
 Signifikanzniveau: * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001.

Anhang 3: Marginaler Effekt (AME) *intrinsische/extrinsische* Motivation nach Unternehmensalter

Unternehmensalter ^a	Intrinsische Motivation ^b			Intrinsische Motivation ^b		
	Marginaler Effekt	95% KI		Marginaler Effekt	95% KI	
		Untergrenze	Obergrenze		Untergrenze	Obergrenze
Alter 0	0,0710*** (0,0193)	0,0331	0,1089	0,0709*** (0,0157)	0,0402	0,1016
Alter 1	0,0679*** (0,0155)	0,0375	0,0983	0,0799*** (0,0125)	0,0553	0,1045
Alter 2	0,0626*** (0,0122)	0,0387	0,0865	0,0902*** (0,0101)	0,0704	0,1099
Alter 3	0,0545*** (0,0126)	0,0298	0,0791	0,102*** (0,0101)	0,0820	0,1217
Alter 4	0,0426** (0,0198)	0,0038	0,0813	0,115*** (0,0139)	0,0877	0,1421
Alter 5	0,0261 (0,0327)	-0,0380	0,0902	0,129*** (0,0201)	0,0897	0,1687

^a N=1.322, ^b Konstrukt aus 4 intrinsischen Motiven, ^c Konstrukt aus 2 extrinsischen Motiven. Standardfehler in Klammern. Signifikanzniveau: *** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1. Berechnungsgrundlage ist das Gesamtmodell (Modell 1). KI = Konfidenzintervall.

LÜNEBURGER BEITRÄGE ZUR GRÜNDUNGSFORSCHUNG

- Nr. 1: Tegtmeier, S.: Erklärung der individuellen Existenzgründungsabsicht: die „Theory of Planned Behavior“ als sozialpsychologisches Modell im Gründungskontext, Juni 2006.
- Nr. 2: Braun, S. / Richter, J.: Rechtliche Rahmenbedingungen einer „deutschen“ Limited, Dezember 2006.
- Nr. 3: Schulte, R. / Eggers, F.: Fallstudienentwicklung und -arbeit in der akademischen Gründungsmanagement-Ausbildung. Erfahrungen mit einem fachdidaktischen Ansatz, Dezember 2006.
- Nr. 4: Schulte, R.: Das Gründungspanel NRW: Ergebnisse der Erhebungswelle 2006, März 2007.
- Nr. 5: Deutschmann, M.: What difference a „pre“ makes: University business preincubators in Germany. A national survey. Juni 2007.
- Nr. 6: Braun, S. / Richter, J.: Planspiel zur Existenzgründung und Unternehmensnachfolge als Lehr- und Forschungsmethode, November 2009.
- Nr. 7: Karnani, F. / Schulte, R.: Screening von Gründungspotenzialen – Kompetenz-Ausgründungen aus Hochschulen und Forschungseinrichtungen. Oder: Wie man Innovationspotenziale kartographiert, Januar 2010.
- Nr. 8: Braun, S./Richter, J.: Gründungsaktivitäten im Handelsregisterbezirk Lüneburg: Eine empirische Studie zur Unternehmergeinschaft, Dezember 2010.
- Nr. 9: Streletzki, J.-G.: Erfolgsprädiktoren von Venture Capital Investments, Dezember 2013.
- Nr. 10: Pakura, S.: Unternehmerische Motivation und Wiedergründungsbereitschaft. Eine empirische Untersuchung deutscher Unternehmensneugründungen, Juli 2015.

Universität Lüneburg
Institut für Unternehmensentwicklung
Lehrstuhl Gründungsmanagement
Scharnhorststr. 1
Postfach 2440
21314 Lüneburg
Telefon: 04131/677-2225
Fax: 04131/677-2158
Email: gruendungsmanagement@uni-lueneburg.de
Homepage: www.leuphana.de/gmlg